

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN AGEN DALAM PENINGKATAN JUMLAH PREMI DI PT. ASURANSI TAKAFUL KELURAGA RO YOGYAKARTA TANWIR NUSANTARA DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

WINDI PURWANTI

13423108

Pada saat ini perusahaan asuransi yang berbasis syariah sudah berkembang pesat, hal ini mengharuskan setiap perusahaan memiliki strategi pemasaran yang tepat dalam menawarkan sebuah produk yang dimiliki perusahaan tersebut. Perusahaan juga harus menyediakan jasa pemasar untuk membantu memasarkan sebuah produk kepada masyarakat luas sehingga masyarakat dapat terbujuk dan tertarik produk tersebut, sehingga dapat meningkatkan jumlah premi yang telah ditargetkan oleh suatu perusahaan. Dalam melakukan strategi pemasaran ini juga harus berdasarkan pada prinsip-prinsip Islam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi pemasaran agen dalam peningkatan jumlah premi di PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Jenis penelitian ini deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, perpustakaan dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data, triangulasi (keabsahan atau keakuratan data) dan menarik kesimpulan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dalam bentuk wawancara langsung kepada narasumber yang berkompeten dibidangnya yaitu Agen di PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Yogyakarta, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku-buku, catatan dan bukti teori dari perpustakaan yang diperlukan didalam penelitian ini. Hasil penelitian Strategi Pemasaran Agen dalam Peningkatan Jumlah Premi di PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara di adalah dengan metode yang bertahap terdiri dari : *segmentation* (segmentasi), *targeting*, *posisioning*, *strategi komunikasi pemasaran* dan *personal selling* (penjualan pribadi). Dalam strategi pemasaran agen di PT. Asuransi Takaful RO Yogyakarta Tanwir Nusantara ditinjau dari perspektif ekonomi Islam sudah menerapkan nilai-nilai bisnis muamalah yang merekat seperti memiliki prinsip ketauhidan atau kesatuan, prinsip keadilan, prinsip kemaslahatan atau kemanfaatan, prinsip kejujuran dan kemanfaatan, prinsip kerelaan dan prinsip tertulis.

Kata Kunci : Asuransi Syariah, Strategi Pemasaran Agen, Peningkatan Jumlah Premi.

ABSTRACT

AGEN'S MARKETING STRATEGY TO INCREASE PREMIUM IN PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA RO YOGYAKARTA TANWIR NUSANTARA BASED ISLAMIC ECONOMY PERSPECTIVE

**Windi Purwanti
13423108**

At this time the Islamic-based insurance company has been growing rapidly, this requires that each company has the right marketing strategy in offering a product that is owned by the company. Companies also have to provide marketing services to help market a product to the broad community so that people can be persuaded and interested to these products, so as to increase the amount of premiums that has been targeted by a company. Besides doing the marketing strategy should also be based on the principles of Islam. The purpose of this study is to describe and analyze the agent marketing strategy in increasing the amount of premiums in PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara viewed from the of Islamic economics perspective. This research type is descriptive qualitative. Methods of data collection using interviews, libraries and documentation. Data analysis techniques are done by data reduction, triangulation (validity or accuracy of data) and draw conclusions. The data used in this research are primary data and secondary data. Primary data obtained in the form of direct interviews to resource persons who are competent in their field ie Agent in PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Yogyakarta, while secondary data obtained from the books, notes and theoretical evidence of the library required in this study. The result of Marketing Strategy of Agent in Increasing the amount of premium in PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara in is a gradual method consists of: segmentation (segmentation), targeting, positioning, marketing communication strategy and personal selling (personal sales). In the agent marketing strategy at PT. Asuransi Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara viewed from the Islamic economics perspective have applied the values of muamalah business that glue as have the principle of ketauhidan or unity, the principle of justice, the principle of benefit or benefit, the principle of honesty and usefulness, the principle of willingness and written principles.

Keywords: Islamic Insurance, Agen's Marketing Strategy, Inceas premium.