

## **ABSTRAK**

Andri Christian NIM: 1742143028 Tahun 2018, Strategi Promosi dalam Meningkatkan Kuantitas Klien Produk Mitra Iqra' Plus pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung, Sripsi, IAIN Tulungagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Jurusan Ekonomi Syariah. Pembimbing: Dr. H. Ahmad Muhtadi Anshor, M.Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi karena perkembangan jumlah nasabah atau klien dari produk Mitra Iqra' Plus pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung yang dalam lima tahun terakhir yaitu pada tahun 2011 hingga 2015 rata-rata mengalami penurunan. Hal ini berbanding terbalik dengan mayoritas penduduk Tulungagung yang mayoritas beragama muslim. Penurunan kuantitas klien produk Mitra Iqra' Plus ini tentu disebabkan oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal perusahaan asuransi seperti dikarenakan masih kurangnya efektif dan maksimalnya sosialisasi dan promosi produk yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Adanya sosialisasi dan promosi produk yang tepat diharapkan masyarakat dapat mengetahui seluk beluk mengenai produk Mitra Iqra' Plus yang berbasis syariah sehingga akan terjadi peningkatan jumlah pemegang polis asuransi tersebut.

Rumusan masalah dalam peneliti ini adalah 1) Strategi promosi dalam meningkatkan kuantitas klien Produk Mitra Iqra' Plus pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung, 2) Kendala yang dihadapi dalam mempromosikan Produk Mitra Iqra' Plus di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung 3) Solusi yang dilakukan PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung dalam mengatasi kendala tersebut. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui strategi promosi dalam meningkatkan kuantitas klien Produk Mitra Iqra' Plus pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung 2) Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam mempromosikan Produk Mitra Iqra' Plus di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung 3) Untuk mengetahui solusi yang dilakukan PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung dalam mengatasi kendala.

Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yaitu menggambarkan secara objektif terhadap masalah-masalah penelitian. Proses pengeu,pulan data dengan menggunakan metode observasi, interview dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan masing-masing masalah, menganalisisnya kemudian menyajikannya dalam bentuk laporan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Strategi promosi yang digunakan dalam meningkatkan kuantitas klien Produk Mitra Iqra' Plus pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung adalah menggunakan Periklanan (*Adverstising*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Publisitas (*Publicity*) dan Penjualan Pribadi (*Personal Selling*). 2) Kendala-kedala

yang dihadapi oleh PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung adalah agen masih takut, kurang percaaya diri, minder untuk melakukan promosi produk Mitra Iqra' Plus, masih terbatasnya tenaga marketer atau agen, minimnya jumlah karyawan dan agen yang aktif dalam strukutur perusahaan, kurangnya minat dari calon klien, adanya persaingan dari perusahaan asuransi lain. 3) Solusi yang telah dilakukan perusahaan untuk menghadapi kendala dalam mempromosikan produk Mitra Iqra' Plus tersebut adalah agen harus punya mimpi dan obsewsi maju, membuka rekrutmen calon agen baru dengan selektif, pelatihan bagi karyawan baru, mengadakan *meeting* evaluasi dengan semua karyawan di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung satu ada dua kali dalam sebulan, selektif dalam memilih calon klien untuk menghindari gagal bayar, dan terus belajar dan melakukan presentasi untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain yang menawarkan produk sejenis Mitra Iqra' Plus.

**Kata Kunci:** *Strategi Promosi, Perilaku Konsumen, Produk Mitra Iqra' Plus*

## **ABSTRACT**

*Andri Christian NIM: 1742143028 Year 2018, Promotion Strategy in Increasing Quantity of Iqra 'Plus Partner Product Client at PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Office of Operational Unit Tulungagung, Sripsi, IAIN Tulungagung Faculty of Economics and Islamic Business. Department of Sharia Economics. Advisor: Dr. H. Ahmad Muhtadi Anshor, M.Ag.*

*This research dilatorakakangi due to the development of the number of customers or clients of products Mitra Iqra 'Plus on PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Office of Operations Unit Tulungagung which in the last five years ie in 2011 to 2015 average decreased. This is inversely proportional to the majority of Tulungagung residents who are predominantly Muslim. The decrease in the quantity of clients of Mitra Iqra 'Plus products is certainly caused by various factors, both internal and external factors of insurance companies as it is due to the lack of effective and maximized socialization and promotion of products conducted by the company. The existence of socialization and promotion of the right products are expected to know the ins and outs of Iqra 'Plus Partner products based on sharia so that there will be an increase in the number of policyholders.*

*The formulation of problem in this researcher is 1) Promotion strategy in increasing the quantity of clients of Iqra 'Plus Product Partner at PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Office of Operational Unit Tulungagung, 2) Constraints faced in promoting Iqra' Plus Partner Products in PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Office of the Operational Unit Tulungagung 3) Solutions undertaken PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Office of Operational Unit Tulungagung in overcoming these obstacles. The purpose of this study are: 1) To know the promotion strategy in increasing the quantity of Iqra 'Plus Product Partner's clients in PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Office of Operational Unit Tulungagung 2) To know the obstacles faced in promoting Iqra' Plus Partner Products in PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Office of Operational Unit Tulungagung 3) To find out the solution made by PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Office of Operational Unit Tulungagung in overcoming obstacles.*

*The research method used is using qualitative approach with descriptive research type that is objectively describe to the research problems. Pengeu process, pulan data by using the method of observation, interview and documentation. Data analysis techniques with each problem, analyze it then present it in the form of reports.*

*The results of the research show that: 1) Promotion strategy used in increasing the quantity of clients of Iqra 'Plus Partner Products in PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Office of Operational Unit Tulungagung is using Adverstising, Sales Promotion, Publicity and Personal Sales (Personal Selling). 2) Constraints faced by PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Office of Operational Unit Tulungagung is an agent still afraid, lack self confidence, minder*

*to do product promotion Partners Iqra 'Plus, the limited power marketer or agent, the lack of number of employees and agents active in corporate structure, lack of interest from prospective clients, competition from other insurance companies. 3) The solution that has been done by the company to face the obstacle in promoting Iqra 'Plus Partner product is the agent must have the dream and obsews forward, open the recruitment of new selective agent candidate, training for new employees, hold evaluation meeting with all employees in PT Asuransi Jiwa Shariah Bumiputera 1912 Office of the Tulungagung Operational Unit one twice a month, selectively choosing prospective clients to avoid default, and continue to study and presentations to compete with other companies offering similar products Mitra Iqra 'Plus.*

*Keywords: Promotion Strategy, Consumer Behavior, Partner Products Iqra 'Plus*