

IKHTISAR

MARNIH: *Strategi Pemasaran Produk Asuransi Takaful Keluarga di Cabang Bandung.*

PT. Asuransi Takaful Keluarga adalah salah satu perusahaan jasa perasuransian yang prinsip operasionalnya berdasarkan syariat Islam yang berada di jalan Dalem Kaum Nomor 130 di kota Bandung. Perusahaan Asuransi Takful Keluarga merupakan perusahaan yang mampu berkembang lebih cepat. Adapun produk yang di tawarkan oleh perusahaan Asuransi Takful Keluarga di bagi menjadi dua program yaitu produk takaful individu dengan unsur tabungan antara lain Takaful Dana Siswa, Takaful Dana Haji dan Takaful Dana Investasi. Sedangkan produk takaful Kecelakaan Diri Individu, dan Takaful al-Khairat Individu. Dalam upaya mengembangkan perusahaan ini tidak terlepas dari manajemen usaha yang baik terutama dalam strategi pemasarannya, di karenakan persaingan pemasaran dewasa ini sangat ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui produk-produk yang di tawarkan asuransi takaful keluarga dan strategi pemasaran pada perusahaan asuransi takaful keluarga dalam menghadapi persaingan pemasaran, serta faktor-faktor yang menjadi penunjang dan penghambat strategi pemasaran produk asuransi takaful keluarga di cabang Bandung.

Penelitian ini bertolak dari pemikiran bahwa jual beli dalam hal ini pemasaran adalah suatu harta yang di halalkan dalam Islam. Dan dalam perkembangan dunia bisnis memerlukan strategi-strategi yang khusus agar tidak mengalami atau terhindar dari kerugian dan di tinggalkan oleh nasabah/pelanggan, tentunya dengan cara-cara yang dibenarkan dan tidak bertentangan dengan hukum Islam.

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, sedangkan pengumpulan datanya dilakukan dengan teknik wawancara, dokumentasi dan didukung pula oleh studi kepustakaan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan dalam pemasaran produk dengan menetapkan segmentasi pasar yang memprioritaskan dari pengguna jasa produk asuransi secara individual atau kumpulan (kelompok) untuk menghasilkan suatu transaksi. Selanjutnya menetapkan target pasar dan positioning. Sehingga dengan strategi yang demikian penulis berkesimpulan bahwa PT. Asuransi Takaful Keluarga mempunyai prospek yang bagus dalam memasarkan produknya, karena mempunyai strategi pemasaran yang berbeda dengan asuransi konvensional.

Dari hasil penganalisaan tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan asuransi takaful keluarga tidaklah bertentangan dengan fiqih muammalah, khususnya dengan azas-azas yang menjadi kaidah dalam menetapkan hukum muammalah dan tujuan ekonomi Islam. Dengan demikian strategi pemasaran ini sudah bisa terus di pergunakan oleh perusahaan.