

## ABSTRAK

**Ipi Nurjanah. 2018.** *Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Asuransi Syariah Pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing (1) Dra. Nurwahidah, MHI. Pembimbing (2) Lutpi Sahal, SHI, MSI.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Asuransi Syariah.

Penelitian ini di latarbelakangi karena banyaknya lembaga keuangan yang berdiri. Strategi Pemasaran sebagai lembaga yang baru harus berusaha karena untuk bersaing di antara lembaga keuangan yang lebih dahulu memasarkan produknya. Penelitian lain adalah penelitian lapangan.

Di rumusan masalah adalah: Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Asuransi Syariah Pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin dan Apa Hambatan Strategi dalam Pemasaran Produk Fulnadi Asuransi Syariah Pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin. penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu dengan langsung ke lapangan untuk meneliti data yang berkenaan strategi pemasaran produk fulnadi asuransi syariah dan ingin mengetahui tentang hambatan terhadap strategi pemasaran produk fulnadi asuransi syariah.

Penelitian merupakan penelitian yang menggunakan bermetode kualitatif dengan melakukan wawancara dan dokumentasi, kemudahan untuk di analisis berdasarkan teori pemasaran Asuransi dan pemasaran dalam Islam tersebut berupa kesimpulan.

Hasil penelitian adalah yang menggunakan produk fulnadi asuransi syariah Pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin. Dan terlihat sangatlah bagus melihat pengetahuan tentang Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Asuransi Syariah dan di lihat dari segi pengetahuan informan, mereka ingin selalu ingin tahu karena produk fulnadi asuransi sangatlah bagus dan terbatas. Dilihat dari pemasangan spanduk, brosur dan silaturahmi kepada masyarakat dan sosialisasi dan dilihat dari perilakunya dalam menggunakan produk asuransi syariah yang menggunakan sebanyak 85% dari informan. Selain itu pengetahuan mereka tidak berpengaruh terhadap menggunakan menggunakan Produk Fulnadi Asuransi Syariah. Adapun hambatan-hambatan yaitu masih banyak masyarakat yang belum memahami pendidikan anak dalam produk fulnadi, kalangan ke bawah jadi memang orang tua merasa tidak mampu untuk merencanakan pendidikan anak nya karena kemampuan agen belum masih bisa menggunakan produk nya fulnadi khusus-khusus nya agen baru.