

ABSTRAK

Tharifah Badzlina. 2024. *Optimalisasi Bauran Pemasaran Produk Al-Khairat Pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar*, Skripsi, Program Studi S1 Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Prof. Dr.H. Akh. Fauzi Aseri, MA.

Kata Kunci: Optimalisasi, Bauran Pemasaran, Produk Al-Khairat

Asuransi memberikan perlindungan finansial untuk risiko tak terduga seperti kematian, kehilangan, kerusakan, atau sakit dengan premi yang teratur. PT. Takaful Keluarga perlu memilih strategi promosi yang tepat untuk memperkuat reputasi, mempertahankan pelanggan, dan bersaing efektif di pasar asuransi yang kompetitif. Hal ini menjadi tantangan bagi PT. Takaful Keluarga. Untuk memilih bauran promosi yang tepat sehingga mampu meningkatkan segmentasi pasar, mempertahankan pelanggan Takaful Keluarga dan mampu bersaing di dunia perasuransian.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui cara optimal dalam memasarkan produk Al-Khairat dan mengetahui kendala dalam memasarkan produk al-khairat pada PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data yang digunakan dari penelitian ini yaitu melalui wawancara melalui media zoom, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini 2 orang, metode yang digunakan dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk Al-Khairat pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar dalam pemasaran produk sudah optimal dalam memasarkan produk Al-Khairat terhadap masyarakat, dan mampu memasarkan dari segi formal, non formal, media, orang dan kelompok dalam persaingan dengan asuransi konvensional.

Adapun kendala dalam memasarkan produk Al-Khairat pada PT. Takaful Keluarga Cabang Makassar dapat disimpulkan produk Al-Khairat meskipun produk tersebut simple dan terjangkau, masih memerlukan promosi yang lebih gencar dan penargetan pasar yang lebih tepat untuk meningkatkan penjualan dan kesadaran Masyarakat akan pentingnya Asuransi.