

ABSTRAK

Aldiansyah. 2025, Analisis SWOT Strategi Promosi Agen Dalam Penjualan Produk Asuransi Jiwa Pada PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Makassar Di Banjarmasin, Skripsi, Program Studi Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing 1: Lutpi Sahal., S.H.I.,MSI, Pembimbing 2: Annisa Mahfuzah, MH.

Kata Kunci: Strategi Promosi Agen, Penjualan produk Asuransi Jiwa.

Dalam dunia asuransi agen memiliki peran penting dalam memasarkan produk asuransi jiwa, namun bagaimana strategi promosi yang mereka lakukan sangat menentukan keberhasilan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor Internal, Eksternal, dan formulasi strategi promosi yang dilakukan agen PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Makassar di Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif (*descriptive research*). Informan Maya aprina Jabatan sebagai TFC (Konsultan keuangan) dan Riezqia asnina syifa jabatan sebagai TSM (Manajer pemasar).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal terdiri dari kekuatan strategi promosi berbasis media sosial, Teknik referral, dan pendekatan kekeluargaan. dan kelemahan jumlah agen terbatas, minimnya promosi iklan, adapun Skor kekuatan sebesar 1,68 yang lebih tinggi dibandingkan skor kelemahan sebesar 1,04. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari peluang Kemajuan teknologi, digitalisasi, dan kerjasama dengan perusahaan berpengalaman, adapun ancaman rendahnya kesadaran masyarakat, persaingan ketat, dan ketidakstabilan ekonomi. Skor peluang sebesar 1,77 yang lebih tinggi dari skor ancaman sebesar 1,16. Formulasi strategi menerapkan strategi promosi berbasis analisis SWOT. Mereka memanfaatkan AI, pendekatan kekeluargaan, dan referral, serta meningkatkan pelatihan agen dan edukasi asuransi syariah. Promosi dilakukan melalui media sosial, transparansi komunikasi, dan analisis data konsumen untuk memperluas pasar, meningkatkan kesadaran, dan memperkuat daya saing.