

ABSTRAK

Ina Yatina, 2025, *Strategi Direct Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT. Asuransi Umum Bumida Cabang Banjarmasin*. Skripsi, Program Studi Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing I: Lutpi Sahal, S.H.I., M.S.I, dan Pembimbing II H. Fahrudin, S.AB., M.E.

Kata Kunci: Asuransi, *Direct Marketing*, Nasabah, Strategi Pemasaran.

Direct marketing merupakan bentuk pemasaran tanpa perantara yang memungkinkan perusahaan menjalin komunikasi langsung dengan konsumen. Strategi ini dianggap mampu membangun kedekatan serta meningkatkan efektivitas promosi produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *direct marketing* yang diterapkan PT. Asuransi Umum Bumida 1967 Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah, serta untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaannya.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Peneliti melakukan observasi secara langsung ke lokasi, serta mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumentasi. Subjek penelitian terdiri dari kepala cabang, agen, dan staf PT. Asuransi Umum Bumida 1967 Cabang Banjarmasin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, **Pertama:** strategi *direct marketing* dilakukan melalui komunikasi via *WhatsApp*, *email*, kunjungan langsung, serta media sosial seperti Instagram dan TikTok. **Kedua:** tantangan yang dihadapi mencakup keterbatasan tenaga pemasar, respon calon nasabah yang masih rendah, serta kurangnya kemampuan komunikasi dari agen. Dengan penerapan strategi yang tepat dan peningkatan kualitas SDM, *direct marketing* terbukti mampu meningkatkan jumlah nasabah.