

Analisis strategi promosi produk takaful ukhuwah pada PT. ansuransi takaful keluarga

Muhammad Imran, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=119959&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini menganalisis tentang STP (Segmentation, Targeting, and Positioning) produk Takaful Ukhuwah dan strategi promosi yang dilakukan PT. Asuransi Takaful Keluarga (ATK) dalam memasarkan produk Takaful Uhuwah. Penelitian menyimpulkan bahwa Segmentasi produk Takaful Ukhuwah dilakukan dengan segi demografi dan pendapatan. Target konsumen yang dituju yaitu semua lapisan masyarakat. Serta posisi produk ini yaitu sebagai produk asuransi dengan premi terjangkau sekaligus menolong ummah.

Selain itu, penelitian ini juga memperoleh kesimpulan bahwa strategi promosi yang dilakukan ATK pada umum cukup efektif karena penggunaan media sesuai dengan STP produk Takaful Ukhuwah. Serta media promosi yang paling efektif adalah personal selling karena menjangkau seluruh target pasar dari produk Takaful Ukhuwah.

<hr>

This thesis analyzed STP Takaful Ukhuwah and promotion strategy ATK in ditributing Takaful Ukhuwah. This research concluded that segmentation product was done by considering demografi and income element. Consumers which were pointed is all of community. Positioning product was an insurance product which cheap premi and help the low income community.

Beside that, this research concluded promotion strategy that had been done by ATK for Takaful Ukhuwah product was effective because it was due to its STP. Promotion media that the most effective was personal selling because could reach all target market of Takaful Ukhuwah product.