

ABSTRAK

Strategi pemasaran merupakan suatu proses yang mampu menghantarkan perusahaan pada peluang pasar yang besar untuk meningkatkan penjualan dan meraih keunggulan yang diharapkan. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin merupakan salah satu perusahaan asuransi berbasis syariah, salah satu produk yang ditawarkan yaitu *Al-Amin Personal Accident* yang mana jumlah peserta asuransi *personal accident* pada PT.Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Palembang mengalami penurunan peserta pada 5 tahun terakhir, sehingga perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran guna untuk menarik kembali minat dan kesadaran masyarakat akan pentingnya berasuransi. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana Strategi Pemasaran Produk *Personal Accident* yang dilakukan oleh PT.Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Palembang dan untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi PT.Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Palembang dalam memasarkan Produk *Personal Accident*.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, subjek penelitian yaitu pimpinan cabang Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Palembang dan *Staff Marketing* Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Palembang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT.Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Palembang dalam memasarkan produk *Personal Accident* yaitu dengan menerapkan strategi bauran pemasraan (4P) untuk meningkatkan pemasaran produk *Personal Accident* serta kendala yang dihadapi dalam menjalankan strateginya adalah kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap produk *Personal Accident*, kurangnya media promosi serta jangkauan jarak yang jauh dan memakan waktu dalam memasarkan produk.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Asuransi *Personal Accident*.