

ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari beberapa produk yang produktif dan paling di minati oleh pemegang polis di AJB Bumiputera Syariah cabang Sidoarjo. Produk itu adalah produk Asuransi Pendidikan ‘Mitra Iqra’ dan Asuransi Haji ‘Mitra Mabror’, penulis tertarik dengan alasan produktif atas kedua produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan praktik Produk Asuransi Pendidikan ‘Mitra Iqra’ dan Produk Asuransi Haji ‘Mitra Mabror’ dan menemukan faktor yang mendorong pemegang polis membeli Produk Pendidikan Mitra Iqra dan Asuransi Haji Mitra Mabror. Selain itu juga bertujuan mengetahui sebab-sebab produk Pendidikan Mitra Iqra dan Asuransi Haji Mitra Mabror sebagai produk unggulan di AJB Bumiputera Syariah Cabang Sidoarjo.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan Analisis Perilaku Konsumen dan Bauran Pemasaran. Tehnik pengumpulan data, peneliti dapat dengan wawancara kepada KUAK dan bagian layanan AJB Bumiputera Syariah serta Pemegang Polis AJB Bumiputera Syariah. Selain itu juga menggunakan tehnik dan dokumentasi.

Setelah dilakukan penelitian lapangan dan analisis data, hasil penelitian dapat disimpulkan: Pertama, Praktik dari Produk Asuransi Pendidikan ‘Mitra Iqra’ dan Asuransi Haji ‘Mitra Mabror’ di AJB Bumiputera Syariah cabang Sidoarjo telah sesuai dengan prinsip syariah. Kedua, Faktor-faktor yang mendorong nasabah membeli Produk Asuransi Pendidikan ‘Mitra Iqra’ dan Asuransi Haji ‘Mitra Mabror’ di AJB Bumiputera Syariah yaitu karena *religius stimuli, profit sharing*, pelayanan nasabah, promosi, lokasi, dan reputasi. Ketiga, Alasan Produk Asuransi Pendidikan ‘Mitra Iqra’ dan Asuransi Haji ‘Mitra Mabror’ lebih menjadi unggulan di AJB Bumiputera karena Mitra Iqra dirancang untuk menjadi mitra belajar bagi buah hati para anggota pemegang polis, dan Produk Asuransi Haji Mitra Mabror juga membantu para pemegang polis untuk menyisihkan dana untuk mengikuti haji secara teratur.

Saran untuk perusahaan, antara lain perusahaan perlu melakukan beberapa terobosan pelayanan dalam memuaskan pemegang polis dengan lebih mengintensifkan kegiatan promosi. Dan selain itu perlu mengadakan evaluasi terhadap faktor-faktor penghambat pada produk yang telah ditawarkan kepada masyarakat kurang diminatinya. Menyentuh semua kalangan bagi Asuransi Syariah di Indonesia.