

**ANALISIS IMPLEMENTATIF STRATEGI PEMASARAN
PT. ASURANSI JIWA SYARIAH AL AMIN WILAYAH VI ATAS
PRODUKTIVITAS PENCAPAIAN TARGET 2019-2023
DENGAN METODE SWOT DAN QSPM**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

DYAH AYU SEKAR SUKMANINGRUM

NIM : 08040420112



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Dyah Ayu Sekar Sukmaningrum, 08040420112, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 10 Juni 2024



Dyah Ayu Sekar Sukmaningrum
NIM 08040420112

HALAMAN PERSETUJUAN

Surabaya, 06 Mei 2024

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'D. Tantriana', written over a large, stylized letter 'D' that serves as a background for the signature.

Deasy Tantriana, M.M
NIP. 198312282011012009

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS IMPLEMENTATIF STRATEGI PEMASARAN PT. ASURANSI JIWA SYARIAH AL AMIN WILAYAH VI ATAS PRODUKTIVITAS PENCAPAIAN TARGET 2019-2023 DENGAN METODE SWOT DAN QSPM

Oleh :
DYAH AYU SEKAR SUKMANINGRUM
NIM : 08040420112

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 10 Juni 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

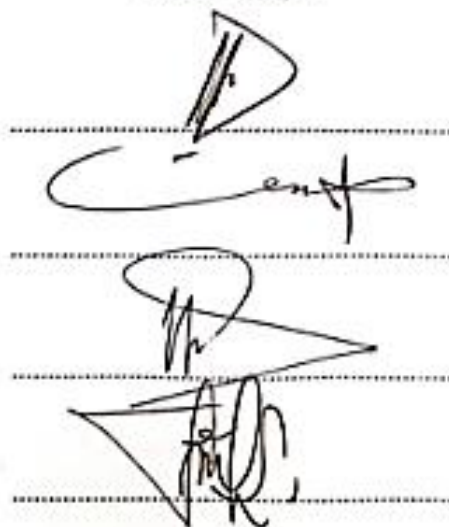
Deasy Tantriana, MM
NIP. 198312282011012009
(Penguji 1)

Dr. Ir. Muhamad Ahsan, M.M.
NIP. 196806212007011030
(Penguji 2)

Nurlailah, S.E., M.M
NIP. 196205222000032001
(Penguji 3)

Nurul Fatma Hasan, S.Si., M.E.I
NIP. 198907112020122013
(Penguji 4)

Tanda Tangan



Surabaya, 10 Juni 2024

Dekan



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I

NIP. 197005142000031001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinshy.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dyah Ayu Sekar Sukmaningrum
NIM : 08040420112
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
E-mail address : dyahayusekar12@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**ANALISIS IMPLEMENTATIF STRATEGI PEMASARAN
PT. ASURANSI JIWA SYARIAH AL AMIN WILAYAH VI ATAS
PRODUKTIVITAS PENCAPAIAN TARGET 2019-2023 DENGAN
METODE SWOT DAN QSPM**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 Agustus 2024

Penulis

(Dyah Ayu Sekar Sukmaningrum)

ABSTRAK

PT. Asuransi Jiwa Syariah AL AMIN adalah salah satu perusahaan asuransi jiwa murni syariah yang memerlukan strategi baru untuk meningkatkan kinerja perusahaan di tengah pertumbuhan industri Asuransi Syariah yang semakin meningkat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi dari strategi pemasaran *defensif*, *offensive*, *turbo*, dan *zero recon* yang diterapkan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah AL AMIN Wilayah VI dari tahun 2019 hingga 2023. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan implementasi strategi pemasaran tersebut dalam mencapai produktivitas targetnya.

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan observasi, wawancara serta dokumentasi dengan beberapa narasumber. Metode analisis yang digunakan meliputi analisis SWOT untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal, serta *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk menentukan prioritas strategi berdasarkan pada faktor-faktor tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa PT. Asuransi Jiwa Syariah AL AMIN Wilayah VI mengimplementasikan berbagai strategi pemasaran dari 2019 hingga 2023 untuk mencapai target produktivitas. Keberhasilan atau kegagalan strategi *defensif*, *offensive*, *turbo*, dan *zero recon* dipengaruhi oleh faktor internal seperti inovasi produk, teknologi informasi, dan konsistensi pelaksanaan, serta faktor eksternal seperti persaingan pasar dan perubahan ekonomi. Strategi defensif membantu mempertahankan pangsa pasar dan menekan biaya. Strategi offensive dan turbo menawarkan potensi pertumbuhan tinggi dengan investasi lebih besar. Strategi zero recon menjaga stabilitas keuangan melalui pengawasan ketat dan kontrol internal. Kombinasi strategi ini memungkinkan perusahaan beradaptasi dengan dinamika pasar dan mencapai pertumbuhan berkelanjutan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran; SWOT; QSPM

ABSTRACT

PT. AL AMIN Sharia Life Insurance is a pure sharia life insurance company that requires a new strategy to improve company performance amidst the increasing growth of the Sharia Insurance industry. The aim of this research is to evaluate the effectiveness and efficiency of the defensive, offensive, turbo and zero recon marketing strategies implemented by PT. AL AMIN Sharia Life Insurance Region VI from 2019 to 2023. In addition, this research aims to identify internal and external factors that influence the success or failure of implementing this marketing strategy in achieving its target productivity.

The method in this research uses a qualitative approach by conducting observations, interviews and documentation with several sources. The analysis methods used include SWOT analysis to evaluate internal and external factors, as well as Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) to determine strategic priorities based on these factors.

Based on the research results, it is known that PT. AL AMIN Sharia Life Insurance Region VI implemented various marketing strategies from 2019 to 2023 to achieve productivity targets. The success or failure of defensive, offensive, turbo and zero recon strategies is influenced by internal factors such as product innovation, information technology and consistency of implementation, as well as external factors such as market competition and economic changes. Defensive strategies help maintain market share and reduce costs. Offensive and turbo strategies offer high growth potential with larger investments. The zero recon strategy maintains financial stability through strict supervision and internal controls. This combination of strategies allows companies to adapt to market dynamics and achieve sustainable growth.

Keywords: Marketing Strategy; SWOT; QSPM

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Batasan Masalah	17
1.3. Rumusan Masalah.....	18
1.4. Tujuan Penelitian.....	19
1.5. Manfaat Penelitian.....	19
1.6. Sistematika Penulisan.....	20
BAB II KAJIAN TEORI	22
2.1. Asuransi Syariah	22
2.1.1. Definisi Asuransi.....	22
2.1.2. Definisi Asuransi Syariah	23
2.1.3. Landasan Hukum Asuransi Syariah	24
2.2. Strategi	26
2.2.1. Definisi Strategi	26

2.2.2.	Jenis-Jenis Strategi	27
2.3.	Pemasaran Syariah	34
2.3.1.	Definisi Pemasaran Syariah	34
2.3.2.	Macam Pemasaran Syariah	35
2.4.	Produktivitas	41
2.4.1.	Definisi Produktivitas	41
2.4.2.	Faktor – faktor yang mempengaruhi produktivitas.....	43
2.5.	Efektivitas	45
2.5.1.	Pengertian Efektivitas.....	45
2.5.2.	Ukuran Efektivitas	46
2.5.3.	Pendekatan Efektivitas.....	47
2.6.	Efisiensi.....	49
2.6.1.	Pengertian Efisiensi	49
2.6.2.	Pengukuran Efisiensi	51
2.7.	SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats</i>)	51
2.8.	Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	54
2.9.	Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	56
2.10.	Matriks IE (Internal-External).....	58
2.11.	Matriks SWOT.....	59
2.12.	QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	61
2.13.	Penelitian Terdahulu	63
2.14.	Kerangka Pemikiran.....	71
BAB III	METODE PENELITIAN	72
3.1.	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	72
3.2.	Lokasi dan Waktu Penelitian	73
3.3.	Sumber Data	73
3.4.	Teknik pengumpulan data	74
3.5.	Teknik Analisis Data	75
3.6.	Uji Keabsahan Data	79
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	81
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	81

4.1.1.	Sejarah Singkat PT. Asuransi Jiwa Syariah AL AMIN	81
4.1.2.	Visi Misi PT. Asuransi Jiwa Syariah AL AMIN.....	84
4.1.3.	Struktur Organisasi PT. Asuransi Jiwa Syariah AL AMIN	85
4.1.4.	Produk – Produk PT. Asuransi Jiwa Syariah AL AMIN	85
4.2.	Penyajian Data.....	89
4.2.1.	Identitas Responden Penelitian	89
4.2.2.	Tahap Pemasukan (<i>Input Stage</i>).....	89
4.2.3.	Tahap Pencocokan (<i>Matching Stage</i>).....	103
4.2.4.	Tahap Keputusan (<i>Decision Stage</i>).....	114
4.3.	Hasil Analisa	130
4.3.1.	Faktor internal dan eksternal dalam implementasi strategi pemasaran di PT. Asuransi Jiwa Syariah AL AMIN Wilayah VI.....	130
4.3.2.	Efektivitas dan efisiensi strategi pemasaran PT. Asuransi Jiwa Syariah AL AMIN Wilayah VI tahun 2019 – 2023	137
BAB V PENUTUP.....		143
5.1.	Kesimpulan.....	143
5.2.	Saran	144
DAFTAR PUSTAKA.....		145
LAMPIRAN.....		151

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Kantor Cabang PT. Asuransi Jiwa Syariah AL AMIN Wilayah VI	9
Tabel 1. 2 Rekapitulasi Pendapatan Kontribusi Kantor Cabang Mataram.....	10
Tabel 1. 3 Rekapitulasi Pendapatan Kontribusi Kantor Cabang Surabaya	11
Tabel 1. 4 Rekapitulasi Pendapatan Kontribusi Kantor Cabang Kediri.....	12
Tabel 1. 5 Rekapitulasi Pendapatan Kontribusi Kantor Cabang Yogyakarta.....	13
Tabel 1. 6 Rekapitulasi Pendapatan Kontribusi Kantor Cabang Semarang	14
Tabel 1. 7 Rekapitulasi Pendapatan Kontribusi Kantor Cabang Jember	15
Tabel 2. 1 Matriks IFE	55
Tabel 2. 2 Matriks EFE	57
Tabel 2. 3 Matriks IE.....	59
Tabel 2. 4 Matriks SWOT	61
Tabel 2. 5 Matriks QSPM.....	63
Tabel 2. 6 Penelitian Terdahulu.....	63
Tabel 4. 1 Responden Penelitian	89
Tabel 4. 2 Identifikasi Komponen SWOT.....	96
Tabel 4. 3 Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFE).....	98
Tabel 4. 4 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFE).....	101
Tabel 4. 5 Matriks Internal – Eksternal (IE)	105
Tabel 4. 6 Matriks SWOT	106
Tabel 4. 7 Matriks QSPM.....	117
Tabel 4. 8 Rekapitulasi QSPM	119

DAFTAR GAMBAR

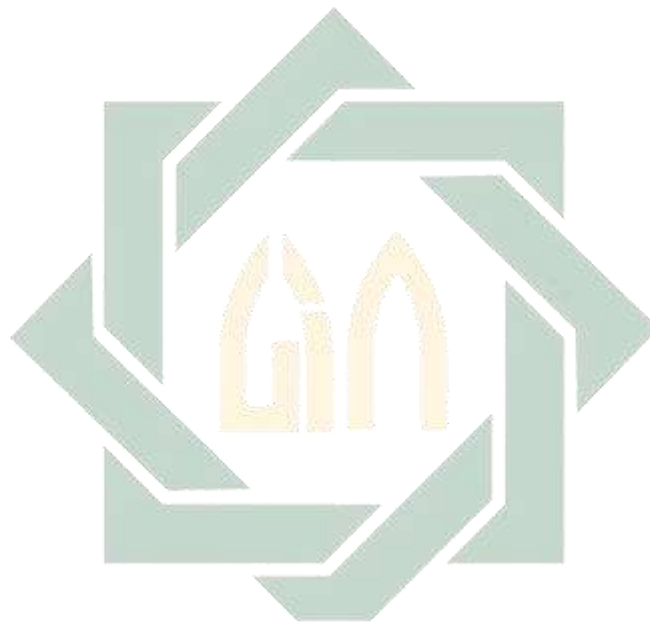
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	85
--------------------------------------	----



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	153
LAMPIRAN 2.....	155
LAMPIRAN 3.....	169
LAMPIRAN 4.....	173
LAMPIRAN 5.....	187



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, T. (2017). *Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Handphone Dalam Etika Bisnis Islam (Studi Pada PT. Teletama Artha Mandiri Cabang Lampung, Kota Bandar Lampung)*. <http://repository.radenintan.ac.id/1167/>
- Al-Bahiyah, D. (2021). *Analisis Implementasi Penyelesaian Klaim Asuransi Jiwa Di Asuransi Jiwa Syariah (Studi Kasus PT. Asuransi Jiwa Bumiputera 1912 Syariah Cabang Serang)*. <http://repository.uinbanten.ac.id/7080/>
- Alfian, D. (2019). *Analisis SWOT terhadap produk unit link syari'ah (studi pada PT. AJS Bumiputera 1912 Kantor Pemasaran Syariah Serang)*. <http://repository.uinbanten.ac.id/3597/>
- Anggriani, R. (2018). *Pengaruh Penerapan Pemasaran Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Peserta Asuransi Kecelakaan Diri Takaful Umum Mahasiswa UIN SMH Banten Tahun 2018*. <http://repository.uinbanten.ac.id/3113/>
- Aprilius, A., Pono, M., & Munir, A. R. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Restoran Menggunakan Analisis Swot Dan Qspm (Quantitatif Strategic Planning) Di Restoran La Pizza Makassar. *JURNAL ILMU EKONOMI & SOSIAL*, 9(1), 53–61. <https://doi.org/10.35724/JIES.V9I1.735>
- Apriyanti, P. (2018). *Efektivitas Pemberdayaan Ekonomi Pesantren Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pondok Pesantren Terpadu Ushuluddin Belambangan Penengahan Lampung Selatan) Skripsi*.
- Asuransi Haji | Tafsirq.com*. (n.d.). Retrieved October 28, 2023, from <https://tafsirq.com/konten/dsn/asuransi-haji>

- Ayu Annisa Fikra, N. A. B. R. D. A. W. (2023). *View of Analisis SWOT Inovasi Produk Asuransi Syariah Tafakul Keluarga Kota Medan (Studi Kasus Perusahaan Asuransi Takaful Keluarga Kota Medan)*. <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/view/5506/2486>
- Diarini, E. (2022a). *Analisis Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Konsumen pada Kedai Coffetuk*.
- Diarini, E. (2022b). *Analisis Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Konsumen pada Kedai Coffetuk*. <http://repository.iainkudus.ac.id/8063/>
- Ernawati, 17913065. (2019). *Strategi Pemasaran Produk Asuransi Syariah Pada PT. Prudential Life Assurance Cabang Kota Yogyakarta*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/18070>
- Febrianti, O. V., & K, M. S. (2014). Usulan Alternatif Strategi PT. X Menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *E-Journal Graduate Unpar*, 1(1). <https://journal.unpar.ac.id/index.php/unpargraduate/article/view/546>
- Fikra, A. A., Ahmadi, N., Rahmani, B., & Wahyuni, A. (2023). *Analisis SWOT Inovasi Produk Asuransi Syariah Tafakul Keluarga Kota Medan (Studi Kasus Perusahaan Asuransi Takaful Keluarga Kota Medan)*. <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/view/5506/2486>
- Fitriani. (2022). *Strategi Pengembangan Kelompok Tani Dalam Meningkatkan Produktivitas Padi Sawah Di Desa Pertahanan Kecamatan Sei Kepayang Kabupaten Asahan*. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/21151>
- Haryati, H. (2020). *Penerapan Analisis SWOT terhadap Strategi Pemasaran pada BTN Syariah KCP Parepare*.
- Hasibuan, S., & Amela, D. F. (2019). Implementasi Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Dalam Merencanakan Strategi Pemasaran Pada Usaha Minuman

- Happy Bubble Drink Di Kota Binjai. *Jurnal Bisnis Administrasi (BIS-A)*, 08, 26–36.
- Irllyanti, I. (2018). *Kinerja Sumber Daya Manusia di PT Asuransi Jasindo Syariah Kantor Pemasaran Banjarmasin*. <https://idr.uin-antasari.ac.id/10897/>
- Jeni Verdiana Wulandari. (2019). *Peran Agen Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pruprime Healthcare Syariah (Studi Kasus PT Prudential Life Assurance Tulungagung)*. <http://repo.uinsatu.ac.id/12818/>
- M. Afif Salim, A. B. S. (2019). *Analisis SWOT Dengan Metode Kuesioner*. https://books.google.co.id/books?id=nctkzgEACAAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Maksum, M. (2016). Pertumbuhan Asuransi Syariah Di Dunia Dan Indonesia. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 3(1). <https://doi.org/10.15408/AIQ.V3I1.2495>
- Malik, M. (2019). *Strategi Pemasaran Produk Deposito IB Hijrah Bagi Organisasi Masyarakat Islam Di Bank Muamalat Kantor Cabang Mas Mansyur Surabaya*. <https://repository.um-surabaya.ac.id/8070/>
- Mangamis, M., & Nugroho, A. J. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Produk Slice Waxed Di Pt Habe Dengan Menggunakan Metode Swot Dan Quantitative Strategi Planing Matrix (Qspm). *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(12), 5652–5676. <https://doi.org/10.56799/JIM.V2I12.2407>
- Nungki Fadila Harwinda. (2018). *Implementasi Strategi Pemasaran dalam Pencapaian Target Simpanan dan Penyaluran Pembiayaan pada Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung*.
- Nur Afandi, A. (2018). *Implementasi Pemasaran Syariah Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Anggota Pada Baitul Maal Wat Tamwil Sinar Amanah Boyolangu*

Tulungagung - Institutional Repository of UIN SATU Tulungagung.
<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9240/>

Nurjamah, E. (2007). *Konsep dan aplikasi marketing asuransi syariah pada PT.asuransi bringin life syariah.*
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/18534>

Pratama, A., & Suhermin, S. (2017). Strategi Pemasaran Bisnis Travel Dalammeningkatkan Jumlah Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(7).
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1750>

Pravitasari, D. P. (2012). *Pengaruh Total Quality Management Terhadap Efisiensi Dan Produktifitas Kinerja Karyawan Pada Pabrik Gula Pesantren Kediri.*

Rahmat Maulida. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT Dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) (Studi Kasus Ud. Bakopi).*
<https://library.utu.ac.id/>

Rahmi, Y. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Pada Pandeka Coffee Shop Batusangkar.*
<http://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/29159>

Ramadhani, S., & Lestari, A. I. (2019). *Analisa Strategi Pemasaran Produk Asuransi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Asuransi Jiwa Syariah Pada Pt. Asuransi Jiwa Syariah Bumi Putera Medan.*
<http://repository.uinsu.ac.id/8128/1/Laporan%20Penelitian%20SRIANNIO.pdf>

Riskillah, M. I. (2014). *Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Lingkungan Kerja, Pendidikan Dan Latihan Terhadap Produktivitas Karyawan PT. Adimulya Agro Lestari.* <https://repository.uin-suska.ac.id/4187/>

Roadmap Perasuransian Indonesia 2023-2027. (n.d.). Retrieved October 27, 2023, from <https://ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/rancangan-regulasi/Documents/Draft%20Roadmap%20Pengembangan%20Perasuransian%20Indonesia.pdf>

Santoso, T. P. (2013). *Analisis strategi pemasaran produk kerajinan sepatu pada UKM Galaksi, Desa Ciapus, Ciomas*. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/63893>

Saprijal, M. (Makmur). (2014). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-mart Swalayan Pasir Pengaraian). *Cano Ekonomos*, 3(1), 41–56. <https://www.neliti.com/id/publications/58203/>

Sari, J. R. (2021a). *Strategi Pemasaran Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada CV. Rabbani Asysa Bengkulu*. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/5884/1/JUMITA.pdf>

SARI, S. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT Dan QSPM Pada PT Bumi Citra Property*. <http://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/29482>

Sari, S. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT Dan QSPM Pada PT Bumi Citra Property*. <http://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/29482>

Septi Mustikawati, D. (2017). *Analisis Peranan Agen Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Syariah (Studi Di Pru Forceone Kantor Pemasaran Mandiri Prudential Cabang Asuransi Syariah Desa Juana Kota Pati)*. <http://repository.iainkudus.ac.id/698/>

Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno

- Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53. <https://doi.org/10.21776/UB.INDUSTRIA.2016.005.01.6>
- Syariah, P. (2018). *Analisis Swot Strategi Pemasaran Produk-Produk Pembiayaan Pada Pegadaian Syariah (Studi Pada Pegadaian Syariah Unit Way Halim)*. <http://repository.radenintan.ac.id/4932/1/MEUTIA%20RESKY%20OISINA.pdf>
- Tusianti, P. (2017). *Pengaruh Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Usaha Tenun Putri Mas di Desa Sebauk Kecamatan Bengkalis Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah*. <https://repository.uin-suska.ac.id/19819/>
- Wijaya, F., Nawawi, Zuhrinal. M., & Syarvina, W. (2023). Analisis Produktivitas Kerja Agen Unit Pemasaran Syariah Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan. *EKSYA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 175–187. <https://doi.org/10.56874/EKSYA.V4I2.1234>
- Wijaya, K. E. (2022). *Analisis Strategi Bisnis CV. Alden Jaya Dengan Metode SWOT dan QSPM*.
- Wijayanti, E. O. (2020). *Analisis SWOT dan QSPM dalam Strategi Pengembangan BMT UGT Sidogiri Capem Rambipuji*.
- Yone, F. (2022). *Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Asuransi Syariah (Studi PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang)*. <http://repository.uinbanten.ac.id>
- Yulianto, D. (2018). *Strategi Asuransi Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Lampung*. http://repository.radenintan.ac.id/3650/1/DEDI%20YULIANTO_1441030038.pdf