

## ABSTRAK

**Etik Khusnawati, Nim. B34206001, 2010. Strategi Pemasaran Produk Fulnadi (Takaful Dana Pendidikan) oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Surabaya.**

**Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Produk, Fulnadi**

Fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi ini adalah Strategi Pemasaran Produk Fulnadi (Takaful Dana Pendidikan) oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Surabaya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif, yaitu mendeskripsikan data yang diperoleh dari lapangan yang mengenai permasalahan penelitian di atas.

Dalam menjawab permasalahan di atas peneliti ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dimaksud untuk memaparkan atau menggambarkan keadaan atau fenomena sebagaimana adanya pada saat penelitian dilakukan, yaitu memaparkan data tentang strategi pemasaran produk fulnadi (takaful dana pendidikan) oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Surabaya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini mengimplikasikan bahwa strategi pemasaran produk fulnadi (takaful dana pendidikan) oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Surabaya menggunakan dua strategi, yaitu :

*Pertama*, strategi internal yang merupakan strategi penerapannya dalam internal perusahaan sendiri, pada segi peningkatan mutu SDM pemasar agar menjadi tenaga pemasar yang profesional dengan melakukan penelitian, motivasi, melakukan evaluasi secara regional. *Kedua*, strategi eksternal dalam penerapannya dilakukan oleh pemasar pada waktu melakukan penjualan produk, seperti halnya bagaimana menghadapi calon nasabah, presentasi produk, berkomunikasi yang baik dan juga negosiasi. Penerapan strategi tersebut di lapangan sangat efektif terbukti semakin meningkatnya nasabah produk fulnadi (takaful dana pendidikan) oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Surabaya dari tahun ke tahun meningkat 30% - 40%.