

## ABSTRAK

Pelaksanaan kegiatan usaha asuransi didasarkan pada kenyataan bahwa walaupun perkembangan teknologi telah mengalami kemajuan yang pesat akan tetapi perlu disadari bahwa manusia dalam mempertahankan dan memelihara kelangsungan hidupnya selalu diperhadapkan pada resiko dan menjadi salah satu ancaman dan kemungkinan resiko itu pasti akan datang juga. Untuk mengurangi resiko itu orang atau badan usaha melimpahkan dengan jalan masuk asuransi.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan variabel marketing mix dalam pemasaran produk asuransi jiwa, dan untuk mendapatkan gambaran tentang strategi pemasaran guna mempertahankan keunggulan bersaing perusahaan. Dengan harapan penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan yang memasarkan produk yang sejenis.

Metode penelitian yang digunakan ialah metode kualitatif, yakni dengan mengamati unsur-unsur bauran pemasaran yang kemudian ditindak lanjuti dalam merumuskan strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh PT. AJ. Bumi Asih Jaya Distrik Gorontalo, yang kesemuanya diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi