

## ABSTRAK

Tabungan merupakan kegiatan usaha dalam menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kepada yang membutuhkan. PT. *Prudential Life Assurance* menciptakan produk tabungan *2 IN 1* yang merupakan tabungan dengan sistem setoran bulanan dan memberikan pilihan asuransi untuk calon nasabah. Strategi pemasaran tabungan *2 IN 1* melalui agen-agen yang diterapkan oleh PT. *Prudential Life Assurance*. Strategi pemasaran yang tepat adalah kunci sukses dalam menarik minat dan meningkatkan jumlah serta mempertahankan nasabah yang ada. Data yang diperoleh dalam penelitian ini dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan studi pustaka.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. *Prudential Life Assurance* telah melaksanakan strategi pemasaran melalui agen-agen dengan strategi pemasaran yang meliputi: menentukan target pasar, memberikan penawaran produk, media yang digunakan untuk pemasaran. Ada juga hambatan-hambatan yang dihadapi kurangnya tenaga ahli (SDM) di bidang pemasaran, persaingan yang ketat antara bank dan asuransi lain yang sama-sama meluncurkan produk tabungan berasuransi.

Saran yang dapat penulis berikan bagi PT. *Prudential Life Assurance* adalah sebaiknya seluruh karyawan ikut serta dalam memasarkan produk tabungan *2 IN 1* kepada masyarakat, menambah (SDM) terutama bagian marketing, menciptakan strategi yang kompetitif agar masyarakat lebih tertarik menabung tabungan *2 IN 1*.