

ANALISIS PELAKSANAAN *PERSONAL SELLING* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN POLIS ASURANSI PRODUK MNC KONSERVATIF SYARIAH DI PT. MNC LIFE ASSURANCE CABANG KUDUS

Oleh: Muhamad Yazid

NIM: 212515

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Proses Pelaksanaan *Personal Selling* dalam Penjualan Polis Asuransi Produk MNC Konservatif Syariah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus. 2) Kelebihan dan Kelemahan sistem *Personal Selling* dalam Penjualan Polis Asuransi Produk MNC Konservatif Syariah di PT. MNC Life Cabang Kudus. 3) Peran Sistem Pemasaran *Personal Selling* dalam meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Produk MNC Konservatif Syariah di PT. MNC Life Cabang Kudus.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi langsung, dan Dokumentasi.

Hasil penelitian menemukan bahwa: 1) Implementasi Proses Pelaksanaan *Personal Selling* di antaranya marketing perlu persiapan sebelum penjualan yaitu memberikan pengertian tentang barang yang dijualnya, menentukan lokasi pembeli yaitu menentukan segmen pasar yang menjadi sasaran, pendekatan pendahuluan yaitu agen atau marketing harus mempelajari masalah tentang calon pembelinya, melakukan penjualannya yaitu melakukan penjualan produk kepada pembeli, pelayanan sesudah penjualan yaitu memberikan pelayanan kepada nasabah sesudah pembelian. 2) Kelebihan dan Kelemahan *Personal Selling* di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus. Kelebihan *Personal Selling* di antaranya marketing dapat berkomunikasi secara langsung dengan calon nasabah, dapat secara langsung mengetahui keinginan calon nasabah, dan dapat terlibat dalam keputusan nasabah untuk proses pembelian produk. Kekurangan *Personal Selling* di antaranya marketing memerlukan biaya yang cukup tinggi dalam proses *personal selling* dengan jangkauan yang tidak luas. 3) Peranan *Personal Selling* dalam meningkatkan penjualan polis di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus. Mencari calon nasabah diantaranya marketing menciptakan pesanan baru dari penjualan yang ada dan mengetahui keinginan calon nasabah, menetapkan sasaran yaitu kegiatan menentukan lokasi dari segmen pasar yang menjadi sasarannya misalnya tentang calon pembeli, berkomunikasi yaitu suatu proses dimana marketing menciptakan dan menggunakan informasi dengan calon nasabah agar dapat melakukan transaksi penjualan. Menjual yaitu melayani nasabah agar mereka mau membeli produk-produk yang kita tawarkan sesuai dengan kemampuan kita sebagai penjual.

Kata Kunci: *Personal Selling*, Penjualan Polis Asuransi.