

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Kondisi Geografis dan Wilayah Administratif Kota Kudus

Kudus merupakan salah satu kota di Propinsi Jawa Tengah yang lokasinya \pm 51 Km dari kota Semarang ke arah timur laut. Kudus dikenal sebagai kota penghasil rokok kretek terbesar di Jawa Tengah. Sebagian besar Kabupaten Kudus adalah dataran rendah. Sebagian wilayah utara terdapat Pegunungan Muria dengan puncaknya Gunung Sutorenggo (1.602 meter), Gunung Rahtawu (1.522 meter) dan Gunung Argojembangan (1.410 meter). Secara administratif, Kabupaten Kudus terbagi menjadi 9 kecamatan diantaranya yaitu kecamatan kecamatan Kaliwungu, Kecamatan Kota, Kecamatan Jati, Kecamatan Undaan, Kecamatan mejobo, Kecamatan Jekulo, Kecamatan Bae, kecamatan Gebog, dan Kecamatan Dawe. Pusat pemerintahan berada di Kecamatan Kota Kudus. Kudus merupakan kabupaten dengan wilayah terkecil dan memiliki jumlah kecamatan paling sedikit di Jawa Tengah. Berikut digambarkan peta administratif kota Kudus.

Gambar 4.1
Peta Administratif Kota Kudus



Luas wilayah Kabupten Kudus tercatat sebesar 42.516 Ha dengan kecamatan terluas adalah kecamatan dawe yaitu 8.584 Ha. Luas wilayah dan prosentase menurut kecamatan di Kabupaten Kudus ditampilkan dalam tabel 4.1.

Tabel 4.1
Luas Wilayah dan Prosentase Kota Kudus

No	Kecamatan	Luas (Ha)	Prosentase
1	Kaliwungu	3.271	7,69
2	Kota	1.047	2,46
3	Jati	2.630	6,19
4	Undaan	7.177	16,88
5	Mejobo	3.677	8,65
6	Jekulo	8.292	19,5
7	Bae	2.332	5,48
8	Gebog	5.506	12,95
9	Dawe	8.584	20,19

(Sumber : Kudus dalam Angka, 2018)

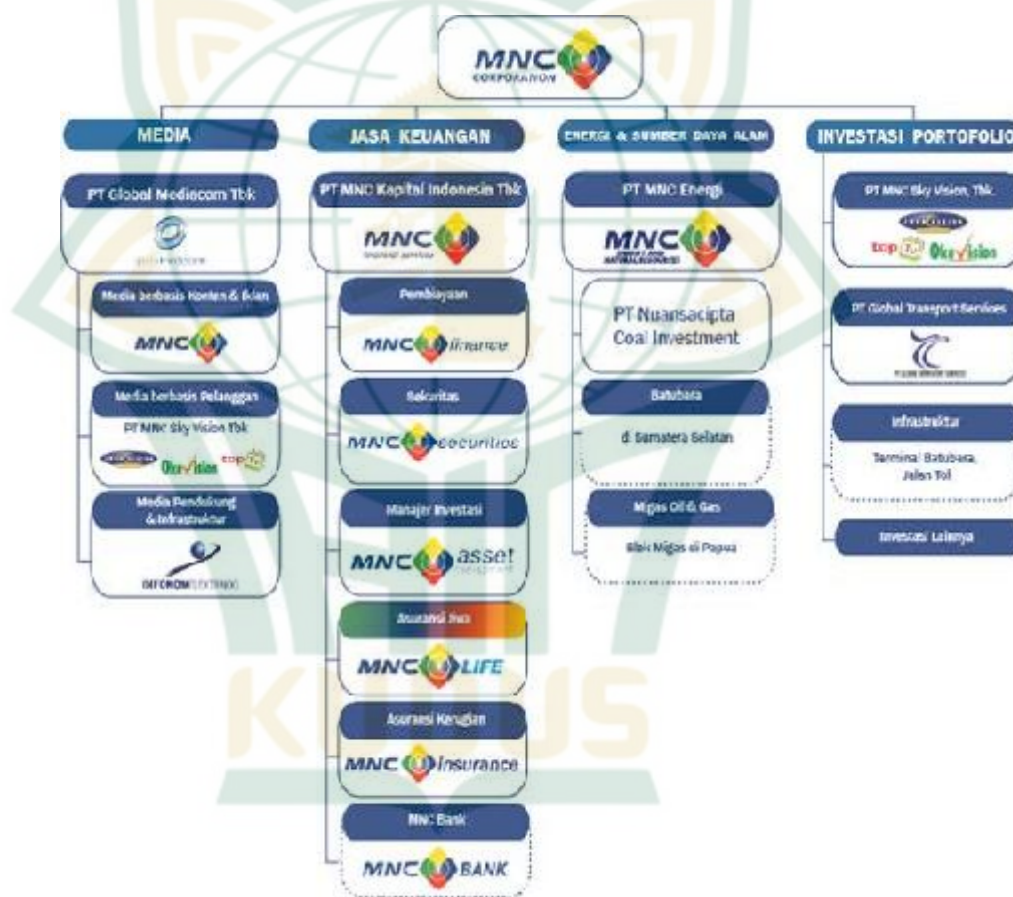
2. Sejarah Berdirinya PT. MNC Life Assurance

Didirikan pada 25 Maret 1988 dengan nama PT Asuransi Jiwa Sugih Citra. Pada 27 Desember 1995 berganti menjadi PT UOB Life, dan pada 23 November 2010 berubah nama menjadi PT MNC Life Assurance setelah CEO MNC Group yaitu Hary Tanoesoedibjo sepenuhnya memiliki melalui PT Bhakti Investama, Tbk.

MNC Life memiliki kekuatan finansial yang sangat baik, terbukti ketika mencapai 3 tahun keberlangsungannya, MNC Life telah memiliki aset mencapai 3 miliar. Total pengukuran tingkat keamanan finansial atau kesehatan perusahaan yang disebut RBC (*Risk Based Capital*) atau rasio solvabilitas mencapai 263%. Pemerintah menetapkan jika perusahaan asuransi minimal memiliki tingkat RBC 120%. PT Bhakti Investama, Tbk didirikan pada tahun 1989 adalah perusahaan investasi berskala

nasionalterbesar di Indonesia dan memiliki 51 anak perusahaan diantaranya yang terbesar di bidang media yaitu: RCTI, GlobalTV, MNCTV, SindoTV, INDOVISION, Harian Sindo, SindoFM dan lain-lain. Adapun pada bidang Jasa keuangan yaitu: PT MNC Securities, PT MNC Asset Management, PT MNC Finance, PT MNC Insurance dan PT MNC Life Assurance. Berikut adalah gambaran strukturnya:

Gambar 4.2
Struktur MNC Corporation



PT MNC Life Assurance (MNC Life) dimiliki oleh MNC Group melalui anak perusahaannya PT. MNC Kapital Indonesia Tbk, yang merupakan salah satu perusahaan investasi di bidang jasa keuangan terlengkap.

MNC Life memasarkan serangkaian lengkap produk asuransi jiwa melalui sistem multijalur distribusi dengan jajaran agen mandiri sebagai unit usaha utamanya, dan juga dilengkapi dengan jalur

distribusi *agency*, *bancassurance*, dan *employee benefit* untuk memperluas dan memperbesar distribusi produknya. MNC Life juga memiliki Kantor Pemasaran yang tersebar di seluruh Indonesia.⁶⁶

3. Visi, Misi dan Tujuan PT. MNC Life Assurance Kudus

Adapun Visi, Misi dan Nilai-nilai dari PT.MNC Life Assurance adalah sebagai berikut:

1) Visi:

Menjadi perusahaan asuransi jiwa nasional terbaik dan terpercaya dan memberikan perlindungan dan perencanaan keuangan.

2) Misi:

- 1) Membantu nasabah dalam mengelola resiko finansial.
- 2) Memastikan nasabah membuat keputusan finansial yang tepat.
- 3) Menyediakan produk dan layanan asuransi jiwa yang mampu memenuhi kebutuhan seluruh lapisan masyarakat.

3) Nilai-nilai:

- 1) Dalam menjalankan bisnisnya, nilai-nilai perusahaan adalah inti dari budaya MNC Life dan menjadi panduan bagi setiap anggota perusahaan dalam bersikap dan bertingkah laku:

a) Integritas

Setiap individu di MNC Life harus menunjukkan keutuhan sikap, perbuatan dan perkataan.

b) Saling Menghormati

Kami mengakui bahwa masing-masing individu memiliki nilai dan peran yang penting.

c) Kepercayaan

Kami saling mempercayai satu sama lain dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

d) Inovasi

Melalui berbagai inovasi, kami akan mewujudkan visi kami.⁶⁷

⁶⁶ MNC Life, *Company Profil*, Sejarah berdirinya MNC Life, Kudus, 2018, dikutip pada Rabu, tanggal 30 Januari 2018.

4. Produk MNC Life Assurance Kudus

Produk PT. MNC Life Assurance dibagi dua kelompok, yaitu:

a. Individu

Di antaranya:

1) Hario Siaga

Merupakan Produk asuransi MNC Life yang fokus terhadap pelayanan kesehatan darurat. Seperti kecelakaan dan sakit. Dengan prosedur yang tidak berbelit dalam mengajukan klaim asuransi, serta premi dapat disesuaikan dengan kebutuhan, Hario Siaga adalah produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat menengah ke bawah.

2) Hario Sehat

Merupakan Produk asuransi MNC Life yang difokuskan terhadap pelayanan kesehatan seumur hidup. Dengan premi yang dapat disesuaikan, serta prosedur pengajuan klaim yang tidak berbelit-belit, Hario Sehat adalah Produk MNC Life yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan pentingnya kesehatan.

3) Hario Link

Merupakan Produk MNC Life yang difokuskan terhadap perlindungan jiwa. Produk ini mencakup layanan-layanan umum seperti:

- a) Asuransi kecelakaan
- b) Asuransi kebakaran
- c) Asuransi medis

Dengan prosedur yang tidak berbelit-belit dan cakupan asuransi yang luas, Hario Link dapat digunakan sebagai asuransi darurat untuk semua kalangan.

⁶⁷ MNC Life, *Company Profil*, Visi, Misi dan Tujuan, Kudus, 2018, dikutip pada Rabu, tanggal 30 Januari 2018.

4) Hario 911

Merupakan layanan MNC Life untuk bantuan khusus, Seperti layanan ambulans, pemadam kebakaran, dan layanan kendaraan. Hario 911 berlaku untuk semua produk MNC Life jika sewaktu-waktu diperlukan.

b. Berkelompok (Untuk Perusahaan)

1) MNC Dana Harapan

Merupakan produk MNC Life yang fokus di bidang pembiayaan hidup. Seperti Jaminan pembiayaan hari tua, Jaminan pembiayaan pendidikan, dan pembiayaan lain dalam MNC Dana Harapan.

2) MNC Group Life

Merupakan produk MNC Life yang difokuskan dalam pembiayaan dan perlindungan karyawan/karyawati dalam suatu perusahaan. Dengan premi yang dapat disesuaikan dan pengajuan klaim yang mudah, MNC Group Life menjadi Produk MNC Life yang dapat digunakan disemua perusahaan baik kecil maupun besar.⁶⁸

c. MNC Life juga mempunyai 4 pilihan investasi yaitu:

- 1) MNC Aman yaitu dana investasi yang diinvestasikan pada instrumen pasar uang dan pendapatan tetap dengan jangka waktu kurang dari 1 tahun.
- 2) MNC Berimbang yaitu dana investasi yang diinvestasikan pada instrumen saham, pendapatan tetap dan pasar uang.
- 3) MNC Dinamis yaitu dana investasi yang diinvestasikan pada instrumen saham, pendapatan tetap dan pasar uang.
- 4) MNC Konservatif Syariah yaitu dana investasi yang diinvestasikan pada instrumen pendapatan tetap dan pasar uang yang berpedoman pada prinsip syariah.⁶⁹

⁶⁸ MNC Life, *Company Profil*, Produk MNC Life, Kudus, 2018, dikutip pada Rabu, tanggal 30 Januari 2018.

⁶⁹ MNC Life, *Company Profil*, Produk MNC Life, Kudus, 2018, dikutip pada Rabu, tanggal 30 Januari 2018.

Tabel 4.2
Produk Investasi MNC

No.	Nama <i>Fund Type</i>	<i>Type of fund</i>	Resiko
1.	MNC Aman	Pasar uang	Rendah
2.	MNC Berimbang	Campuran	Menengah-Tinggi
3.	MNC Dinamis	Saham	Tinggi
4.	MNC Konservatif Syariah	Pendapatan Tetap Syariah	Menengah

d. Letak dan Keadaan Geografi

PT. MNC Life Cabang Kudus terletak di Ruko Ronggo Lawe No.16A, Jalan Ronggo Lawe, Getas Pejaten, Jati, Kabupaten Kudus. Dilihat dari lokasinya, maka letak PT. MNC Life Cabang Kudus tersebut dikatakan strategis, karena berada di pusat kota. Oleh sebab itu, para nasabah di PT. MNC Life Cabang Kudus setiap tahun selalu mengalami peningkatan.

e. Struktur Organisasi

Untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah diprogramkan sebelum menjalankan perusahaan tersebut agar perusahaan dapat berjalan secara optimal, maka dibutuhkan suatu kerjasama antara sesama anggota yang terlibat didalam perusahaan tersebut, yaitu antara karyawan dengan pimpinan.

Mengingat hal tersebut maka dalam suatu perusahaan diperlukan adanya struktur organisasi yang baik sehingga akan tampak jelas tugas masing-masing karyawan sehingga dapat tercipta suatu sistem kerja yang baik dan didasari tanggung jawab dan kerjasama antara pihak yang terlibat

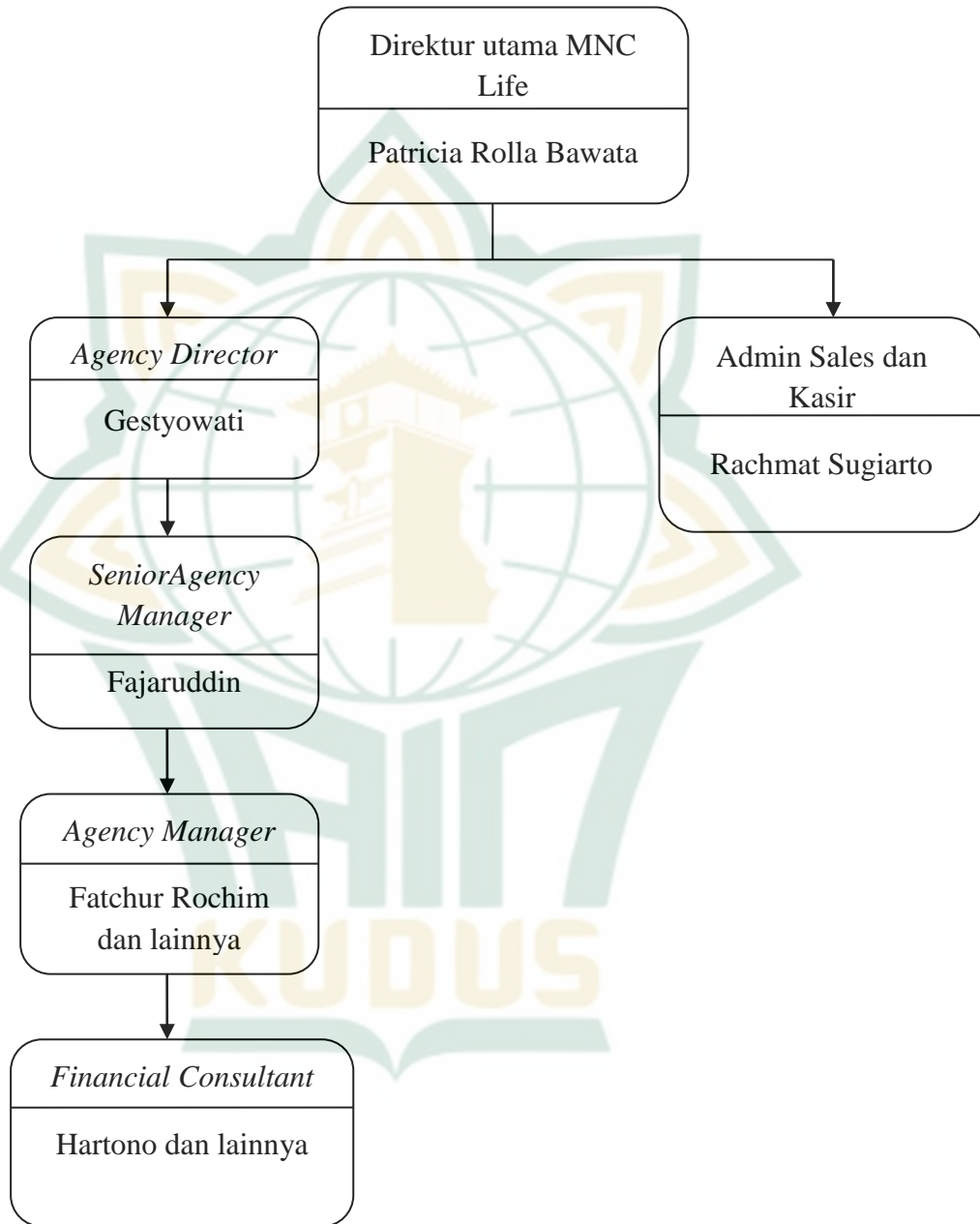
didalam perusahaan tersebut guna merealisasi tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu, organisasi perusahaan yang baik adalah organisasi yang dinamis dan fleksibel. Struktur organisasi bukan sekedar untuk menunjukkan bentuk atau tipe organisasi saja, melainkan perwujudan hubungan antara fungsi-fungsi wewenang dan tanggung jawab orang-orang yang diberi tugas dan tanggung jawab terhadap pelaksanaan tugas tersebut.

Struktur organisasi juga akan memberikan informasi baik bagi kita mengenai besar kecilnya perusahaan tersebut, semakin besar struktur organisasi berarti semakin besar suatu perusahaan maka semakin besar masalah yang timbul dan harus diselesaikan. Oleh karena itu struktur organisasi harus disesuaikan dengan keadaan dan kebutuhan perusahaan yang sangat dipengaruhi oleh besarnya dana, banyaknya tenaga ahli yang dibutuhkan sehingga didapatkan struktur organisasi yang ideal.⁷⁰

Berdasarkan hal tersebut maka dibawah ini gambaran bagan struktur organisasi PT MNC Life Assurance cabang Kudus:

⁷⁰MNC Life, *Company Profil*, Struktur Organisasi, Kudus, 2018, dikutip pada Senin, tanggal 05 Februari 2018.

Gambar 4.3
Struktur Organisasi



Untuk mengetahui tugas dan tanggung jawab masing-masing karyawan maka dibawah ini dijelaskan tuga dan tanggung jawab masing-masing karyawan sebagai berikut:

1. Direktur Utama

- a. Berperan sebagai penanggung jawab terhadap segala keperluan cabang, terutama dalam urusan penjualan dan operasional cabang sesuai dengan wilayah kerja masing-masing.
- b. Mengkoordinir bawahan untuk melaksanakan program perusahaan
- c. Melakukan pengawasan terhadap pekerjaan dan hasil pekerjaan yang telah dilakukan oleh para bawahan.
- d. Menerima dan meneliti kebenaran laporan pertanggung jawaban pelaksanaan tugas yang dibuat oleh masing-masing *Agency Director* dan *Agency Manager* setiap bulannya.
- e. Memberi izin atas order dan pengeluaran keuangan.

2. Admin Sales dan Kasir

- a. Bertanggung jawab mengenai berkas-berkas penjualan.
- b. Melakukan pengawasan terhadap disiplin karyawan dan melaporkan kepada kepala cabang setiap bulannya dalam bentuk laporan.
- c. Melakukan pencatatan setiap transaksi yang berhubungan dengan keuangan.
- d. Menyusun anggaran perusahaan.
- e. Melakukan pembayaran dengan persetujuan pimpinan cabang.
- f. Mengurus surat-surat klaim asuransi.

3. *Agency Director*

- a. Mengatur dan membina *Senior Agency Manager*, *Agency Manager* dan *Financial Consultant*.
- b. Mengontrol seluruh kegiatan operasional perusahaan.

4. *Senior Agency Manager*

- a. Melakukan kegiatan pemasaran dan pengawasan kegiatan-kegiatan *Agency Manager* dan *Financial Consultant*.

b. Menerima laporan dan memberi strategi penjualan polis untuk *Agency Manager* dan *Financial Consultant*.

5. *Agency Manager*

a. Melakukan kegiatan pemasaran dan pengawas kegiatan-kegiatan *Financial Consultant*

b. Menerima laporan penjualan polis dari *Financial Consultant*

c. Melaporkan penjualan kepada *Senior Agency Manager* dan memproses ke Admin sales dan Kasir

6. *Financial Consultant*

a. Melakukan kegiatan pemasaran.

b. Melakukan Penjualan polis dan melaporkan ke *Agency Manager*⁷¹

f. Keadaan Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan salah satu unsur penting guna menunjang kelancaran kegiatan marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah. Proses *personal selling* membutuhkan adanya sarana dan prasarana/fasilitas baik. Peningkatan kualitas *personal selling* memerlukan adanya berbagai fasilitas yang mendukung. Marketing langsung menemui nasabah, nasabah tidak perlu datang ke kantor untuk mendaftarkan diri sebagai anggota.

B. Gambaran Umum Pelaksanaan Personal Selling di PT. MNC Life Cabang Kudus

Sejak awal berdirinya cabang Kudus tahun 2000 hingga tahun 2018 ini, peningkatan jumlah nasabah terus dilakukan seiring dengan perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi dalam era globalisasi dan transformasi serta perubahan pola dan tata hidup masyarakat yang akan berpengaruh kepada wawasan masyarakat. Untuk itu MNC Life Cabang Kudus ini terus meningkatkan jumlah nasabah.

⁷¹MNC Life, *Company Profil*, Struktur Organisasi, Kudus, 2018, dikutip pada Senin, tanggal 05 Februari 2018.

Peningkatan jumlah nasabah di MNC Life Cabang Kudus ini dilakukan melalui pelaksanaan *personal selling*. Peningkatan tersebut disesuaikan dengan beberapa misi perusahaan yang ingin dicapai yaitu menjadi perusahaan asuransi jiwa nasional terbaik dan terpercaya dan memberikan perlindungan dan perencanaan keuangan.

Model pelaksanaan *personal selling* di perusahaan ini dilaksanakan oleh marketing dengan bertindak langsung dan bertatap muka dengan calon nasabah. Model ini merupakan model pelaksanaan terbaik untuk meningkatkan jumlah nasabah di PT. MNC Life Cabang Kudus.

Berikut ini langkah-langkah dalam pelaksanaan *Personal selling* yaitu:

1. Persiapan sebelum penjualan

Tahap pertama dalam proses *personal selling* adalah mengadakan persiapan-persiapan sebelum melakukan penjualan. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada tahap pertama ini adalah mempersiapkan tenaga penjualan dengan memberikan pengertian tentang barang yang dijualnya, pasar yang dituju dan teknik penjualannya.

2. Penentuan lokasi pembeli potensial

Tahap kedua ini menentukan lokasi dari segmen pasar yang menjadi sasarannya. Dari lokasi inilah dapat disusun sebuah daftar tentang calon pembeli atau bisa dikatakan sebagai pembeli potensial.

3. Pendekatan pendahuluan

Sebelum melakukan penjualan, penjual harus mempelajari semua masalah tentang calon pembelinya. Selain itu perlu juga mengetahui tentang produk atau merek apa yang sedang digunakan dan bagaimana reaksinya. Beberapa macam informasi perlu dikumpulkan untuk mendukung penawaran produknya kepada pembeli, misalnya tentang kebiasaan membeli, kesukaan, dan sebagainya. Semua kegiatan ini dilakukan sebagai pendekatan pendahuluan terhadap pasarnya.

4. Melakukan penjualan

Penjualan yang dilakukan bermula dari suatu usaha untuk memikat perhatian calon konsumen, kemudian diusahakan untuk mengetahui

dayatarik mereka. Dan akhirnya penjual melakukan penjualan produknya kepada pembeli.

5. Pelayanan sesudah penjualan

Sebenarnya kegiatan penjualan tidak berakhir pada saat pesanan dari pembeli telah terpenuhi, tetapi masih perlu dilanjutkan dengan memberikan pelayanan atau servis kepada mereka. Biasanya kegiatan ini dilakukan untuk penjualan barang-barang industri, instansi atau barang konsumsi tahan lama seperti lemari es, tv, dan sebagainya. Kegiatan sesudah penjualan ini antara lain: garansi, reparasi, dan pengantaran barang.⁷²

C. Data Hasil Penelitian

1. Implementasi Proses Pelaksanaan *Personal Selling* dalam Penjualan Polis Asuransi di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan di PT. MNC Life Assurance Kudus, Kegiatan *personal selling* merupakan alat promosi yang sifatnya secara lisan, baik kepada seseorang maupun lebih calon pembeli dengan maksud untuk menciptakan terjadinya transaksi pembelian yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, dengan menggunakan manusia sebagai alat promosinya. Proses pelaksanaan *personal selling* seorang marketing harus mempunyai strategi marketing sebagai wujud konsep pemasaran yang baik dan selalu berorientasi pada pemuasan pasar dalam jangka panjang.

Hal ini ditegaskan wawancara dengan Fatchur Rochim selaku marketing atau *Agency Manager* di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus mengatakan bahwa:

“Proses pelaksanaan *personal selling* diantaranya: Persiapan sebelum penjualan, Penentuan lokasi pembeli potensial, Pendekatan pendahuluan, Melakukan penjualan, Pelayanan sesudah penjualan.”

⁷² Hasil Observasi peneliti pada Kamis, tanggal 15 Februari, 2018.

Melihat wawancara dengan Fatchur Rochim dapat dipahami bahwa dalam pelaksanaan *personal selling* marketing diantaranya persiapan sebelum penjualan, penentuan lokasi pembelian potensi, pendekatan pendahuluan, melakukan penjualan, pelayanan sesudah penjualan.

Melihat proses *personal selling* tersebut dapat disimpulkan bahwa marketing dapat melakukan penjualan dengan memperkenalkan produk yang dijualnya agar nasabah dapat melakukan pembelian sesuai apa yang diinginkan nasabah.

Hal ini ditegaskan wawancara dengan Fatchur Rochim selaku marketing atau *Agency Manager* di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus mengatakan bahwa:

“Produk Individu, diantaranya : Hario Siaga (sebagai produk asuransi MNC Life yang fokus terhadap pelayanan kesehatan darurat. Seperti kecelakaan dan sakit), Hario Sehat (sebagai produk asuransi MNC Life yang difokuskan terhadap pelayanan kesehatan seumur hidup), Hario Link (sebagai produk MNC Life yang difokuskan terhadap perlindungan jiwa), Hario 911 (sebagai layanan MNC Life untuk bantuan khusus, seperti layanan ambulans, pemadam kebakaran, dan layanan kendaraan), MNC Dana Harapan (sebagai produk MNC Life yang fokus di bidang pembiayaan hidup), MNC Group Life (sebagai produk MNC Life yang difokuskan dalam pembiayaan dan perlindungan karyawan / karyawan dalam suatu perusahaan).”

Melihat wawancara dengan Fatchur Rochim dapat dipahami bahwa dalam proses pelaksanaan *personal selling* saat marketing memperkenalkan produknya marketing juga harus melihat harga produk yang ditawarkan sesuai dengan harga pasar, agar nasabah dapat tertarik dengan produk yang dijualnya.

Hal ini ditegaskan wawancara dengan Fatchur Rochim selaku marketing atau *Agency Manager* di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus mengatakan bahwa:

“Sudah mengikuti harga pasar, karena pasar tergantung para nasabah itu sendiri, ada yang menginginkan nasabah itu tidak mau ambil resiko, maka nasabah ikut produk-produk yang fitur

tradisional aja, misalnya sekarang naruhnya segini nanti dapatnya segini ya sudah dilakukan di situ.”⁷³

Melihat wawancara dengan Fatchur Rochim dapat dipahami bahwa marketing mengikuti kebutuhan dari nasabahnya dalam pembelian produk dari produk yang dijualnya, sehingga nasabah merasa puas atas harga yang ditawarkan marketing.

Hal ini ditegaskan wawancara dengan Dina Shofa, Sholikhatun dan Ahmad Burhan selaku nasabah PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus mengatakan bahwa:

“Sudah sesuai mas, karena saya mendapatkan produk yang saya inginkan sesuai dengan premi yang saya bayarkan”

Melihat wawancara dengan Dina Shofa, Sholikhatun dan Ahmad Burhan proses pelaksanaan *personal selling* nasabah merasa puas dengan produk yang ditawarkan, serta pelayanan yang dilakukan marketing.⁷⁴

Hal ini ditegaskan wawancara dengan Dina Shofa selaku nasabah PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus mengatakan bahwa:

“Tidak ada kekurangan mas, karena sistem seperti *personal selling* memudahkan bagi calon nasabah yang ingin bergabung menjadi anggota PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus, yaitu calon nasabah berkomunikasi langsung dengan marketing dan di jelaskan setiap produk yang ditawarkan sehingga calon nasabah lebih mudah untuk menentukan produk apa yang mereka akan butuhkan.”⁷⁵

Melihat wawancara dengan Fatchur Rochim selaku marketing di PT. MNC Life Cabang Kudus dan Dina Shofa selaku nasabah di PT. MNC Life Cabang Kudus bahwa Implementasi Proses Pelaksanaan *Personal Selling* dalam Penjualan Polis Assurance pada PT. MNC Life Cabang Kudus diantaranya persiapan sebelum penjualan yaitu memperkenalkan

⁷³ Hasil wawancara dengan Fatchur Rochim selaku *Agency Manager* MNC Life Kudus pada Kamis, tanggal 15 Februari 2018.

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Dina Shofa, Sholikhatun dan Ahmad Burhan selaku Nasabah MNC Life Kudus pada Kamis, tanggal 29 Maret 2018.

⁷⁵ Hasil wawancara dengan Dina Shofa selaku Nasabah MNC Life Kudus pada Kamis, tanggal 15 Februari 2018.

produk pada nasabah, penentuan lokasi pembelian potensi yaitu membantu nasabah untuk membeli produk yang diinginkan, pendekatan pendahuluan yaitu berkomunikasi langsung dengan nasabah jika nasabah merasa kesulitan dalam melakukan transaksi sebelum pembelian produk, melakukan penjualan yaitu membantu nasabah dalam pembelian produk, pelayanan sesudah penjualan yaitu membantu nasabah jika nasabah merasa kesulitan dalam mendapatkan produk sesuai yang diinginkan.

2. Kelebihan dan Kelemahan *Personal Selling* dalam Asuransi Syariah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan di PT. MNC Life Assurance Kudus. Penjualan tatap muka (*personal selling*) yang baik tidak hanya menjual kepada nasabah, namun mereka berupaya menunjukkan kelebihan dan kelemahan produk mereka, bantuan seperti itu menimbulkan kepuasan pelanggan dan hubungan jangka panjang. Hubungan ini seringkali merupakan dasar bagi keunggulan bersaing perusahaan, khususnya dalam pasar bisnis.

Hal ini ditegaskan wawancara dengan Fatchur Rochim selaku marketing atau *Agency Manager* di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus mengatakan bahwa:

“Kelebihan penjualan dengan sistem *personal selling* diantaranya mampu memacu marketing untuk lebih mengenal pelanggan secara langsung, mampu menyesuaikan pesan dengan situasi yang dihadapi nasabah, mengurangi dan meminimalkan gangguan dalam komunikasi sehingga pembeli secara umum memberikan perhatiannya pada pesan penjualan, Keterlibatan dalam proses keputusan, pembeli bisa menjadi seorang patner dalam proses keputusan pembelian.”

Melihat wawancara dengan Fatchur Rochim selaku marketing di PT. MNC Life Cabang Kudus. PT. MNC Life Cabang Kudus juga memiliki kekurangan dalam penjualan dengan menggunakan system *personal selling*.

Hal ini ditegaskan wawancara dengan Fatchur Rochim selaku marketing atau *Agency Manager* di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus mengatakan bahwa:

“Kekurangan dalam sistem *personal selling* di PT. MNC Life Cabang Kudus di antaranya biaya yang tinggi, setiap marketing memerlukan biaya yang cukup besar untuk penutupan penjualan. Tidak semua marketing mampu melakukan penutupan penjualan dengan baik dan tepat waktu sehingga secara keseluruhan biaya yang dikeluarkan tinggi, Hasil yang rendah, karena waktu merealisasikan penjualan relatif lebih lama maka hasil yang ditargetkan marketing lebih rendah, jangkauannya lebih rendah karena pasar sasarannya yang luas.”⁷⁶

Melihat wawancara dengan Fatchur Rochim selaku marketing di PT. MNC Life Cabang Kudus. Bahwa kelebihan dan kekurangan dalam system *personal selling* tidak terlepas dari marketing untuk memberikan manfaat produk yang telah dibeli oleh nasabah.

Hal ini ditegaskan wawancara dengan Dina Shofa selaku nasabah PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus mengatakan bahwa:

“Manfaatnya seperti misi dari PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus diantaranya membantu nasabah dalam mengelola resiko finansial, memastikan nasabah membuat keputusan finansial yang tepat, menyediakan produk dan layanan asuransi jiwa yang mampu memenuhi kebutuhan seluruh lapisan masyarakat.”⁷⁷

Dalam kelebihan sistem *personal selling* PT. MNC Life Assurance juga memiliki kelebihan atau keuntungan dalam produknya, Hal ini ditegaskan wawancara dengan Sholikhatun dan Ahmad Burhan selaku nasabah PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus mengatakan bahwa :

“Saya mendapatkan fitur layanan uang muka klaim ini dengan gampang dan proses klaim yang cepat mas.”⁷⁸

⁷⁶Hasil wawancara dengan Fatchur Rochim selaku *Agency Manager* MNC Life Kudus pada Kamis, tanggal 15 Februari 2018.

⁷⁷Hasil wawancara dengan Dina Shofa selaku Nasabah MNC Life Kudus pada Kamis, tanggal 15 Februari 2018.

⁷⁸Hasil wawancara dengan Sholikhatun dan Ahmad Burhan selaku Nasabah MNC Life Kudus pada Kamis, tanggal 29 Maret 2018.

Melihat wawancara dengan Fathur Rochim selaku marketing atau *Agency Manager* dan Dina Shofa, Sholikhatun dan Ahmad Burhan selaku nasabah di PT. MNC Life Cabang Kudus. Kelebihan dan kekurangan sistem *personal selling* tidak terlepas dari marketing untuk menjual produknya kepada calon nasabah, agar marketing lebih mudah untuk mendapatkan nasabah.

3. Peranan *Personal Selling* dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Syariah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan di PT. MNC Life Assurance Kudus, *personal selling* merupakan bentuk komunikasi berpasangan dan saling berbalasan yang melibatkan dua orang atau lebih dalam interaksi dua arah. Peran *Personal selling* diantaranya penyajian lisan oleh perusahaan kepada satu atau beberapa calon pembeli dengan tujuan agar barang atau jasa yang ditawarkan dapat terjual.

Hal ditegaskan wawancara dengan Fathur Rochim selaku marketing atau *Agency Manager* di PT. MNC Life Cabang Kudus mengatakan bahwa:

“Peran sistem *personal selling* PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus di antaranya: mencari calon nasabah, menetapkan sasaran, berkomunikasi, dan menjual.”

Melihat wawancara dengan Fathur Rochim selaku marketing atau *Agency Manager* di PT. MNC Life Cabang Kudus. Peranan *personal selling* dalam perusahaan asuransi di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus di antaranya mencari calon pembeli, menetapkan sasaran, berkomunikasi, dan menjual. Peranan sistem tersebut sudah cukup efektif diterapkan oleh PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus.

Hal ditegaskan wawancara dengan Fathur Rochim selaku marketing atau *Agency Manager* di PT. MNC Life Cabang Kudus mengatakan bahwa:

“Sudah efektif mas, karena marketing dapat langsung berkomunikasi dengan nasabah dan langsung mengetahui apa yang diinginkan nasabah dalam produk yang ditawarkan.”

Melihat wawancara dengan Fatchur Rochim selaku marketing di PT. MNC Life Cabang Kudus. Peranan marketing menggunakan sistem *personal selling* sudah cukup efektif karena marketing dapat langsung berkomunikasi dengan nasabah dan langsung mengetahui apa yang diinginkan nasabah dalam produk yang ditawarkan. Penjualan dengan menggunakan sistem *personal selling* dapat menunjang jumlah nasabah yang ada pada PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus.

Hal ditegaskan wawancara dengan Fatchur Rochim selaku marketing atau *Agency Manager* di PT. MNC Life Cabang Kudus mengatakan bahwa:

“Iya mas, penjualan dengan menggunakan sistem *personal selling* dapat menunjang jumlah nasabah karena dalam penjualan sistem *personal selling* yaitu proses alur komunikasi menjadi dua arah sehingga nasabah secara langsung bisa bertanya mengenai produk kepada marketing. Dan marketing lebih mudah untuk membujuk nasabah untuk membeli produk yang dijualnya. Sehingga hal ini dapat menunjang jumlah nasabah pada PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus.”⁷⁹

Melihat wawancara dengan Fatchur Rochim selaku marketing di PT. MNC Life Cabang Kudus. Penjualan dengan menggunakan sistem *personal selling* dapat menunjang jumlah nasabahnya karena dalam penjualan sistem *personal selling* yaitu proses alur komunikasi menjadi dua arah sehingga nasabah secara langsung bisa bertanya mengenai produk kepada marketing. Dan marketing lebih mudah untuk membujuk nasabah untuk membeli produk yang dijualnya. Peran sistem pemasaran *personal selling* yang dilakukan marketing juga mempermudah nasabahnya menjadi anggota di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus.

Hal ditegaskan wawancara dengan Dina Shofaselaku nasabah PT. MNC Life Cabang Kudus mengatakan bahwa:

⁷⁹Hasil wawancara dengan Fatchur Rochim selaku *Agency Manager* MNC Life Kudus pada Kamis, tanggal 15 Februari 2018.

“Peran sistem pemasaran *personal selling* yang dilakukan marketing pada PT. MNC Life Cabang Kudus lebih mempermudah saya untuk menjadi nasabah karena saya dapat langsung berkomunikasi dengan marketing dan saya bisa secara langsung bertanya mengenai produk yang ditawarkan marketing sesuai dengan kebutuhan saya”.

Peran marketing dalam system pemasaran produknya di PT MNC Life Assurance Cabang Kudus dengan sistem *personal selling* cukup mempermudah menjadi nasabah.

Hal ditegaskan wawancara dengan Sholikhatunselaku nasabah PT. MNC Life Cabang Kudus mengatakan bahwa:

“Sangat mempermudah karena Calon nasabah dapat dengan mudah bertanya tentang apa produk yang di inginkan dan calon nasabah tidak perlu harus datang ke PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus.”⁸⁰

Melihat wawancara dengan Dina Shofadan Sholikhatunselaku nasabah di PT. MNC Life Cabang Kudus. Peran sistem pemasaran *personal selling* yang dilakukan marketing pada PT. MNC Life Cabang Kudus lebih mempermudah calon nasabahuntuk menjadi nasabah karena calon nasabah dapat langsung berkomunikasi dengan marketing dan calon nasabah secara langsung dapat bertanya mengenai produk yang ditawarkan marketing sesuai dengan kebutuhan calon nasabah dan harga yang ditawarkan oleh PT. MNC Life Assurance Kudus dapat menunjang jumlah penjualan.

Hal ditegaskan wawancara dengan Fathur Rochim selaku marketing atau Agency Manager di PT. MNC Life Cabang Kudus mengatakan bahwa:

“Ya mas, harga yang ditawarkan oleh PT. MNC Life Assuransi Kudus dapat menunjang jumlah penjualan soalnya kami untuk harga premi itu tergantung nasabah juga pembayarannya.”⁸¹

⁸⁰Hasil wawancara dengan Solikhatun selaku Nasabah MNC Life Kudus pada Kamis, tanggal 29 Maret 2018.

⁸¹*Ibid.*, Fatchur Rochim.

Melihat wawancara dengan Fathur Rochim selaku marketing atau Agency Manager di PT. MNC Life Cabang Kudus. Harga yang ditawarkan oleh PT. MNC Life Assurance Kudus dapat menunjang jumlah penjualan soalnya kami untuk harga premi itu tergantung nasabah juga pembayarannya. Dan pembayaran premi pada PT. MNC Life Cabang Kudus memiliki prosedur yang tidak rumit sehingga nasabah lebih mudah dan lebih senang menjadi anggotanya.

Hal ditegaskan wawancara dengan Dina Shofa selaku nasabah PT. MNC Life Cabang Kudus mengatakan bahwa:

“Pembayaran premi pada PT. MNC Life Cabang Kudus memiliki prosedur yang tidak rumit karena cara pembayaran premi asuransi dapat diakses dengan mudah diantara pembayaran bisa dengan menggunakan pembayaran dengan auto debet rekening atau kartu kredit atau bahkan dengan setoran tunai ke PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus.”⁸²

Hal ditegaskan wawancara dengan Ahmad Burhan selaku nasabah PT. MNC Life Cabang Kudus mengatakan bahwa:

“Tidak rumit mas, karena cara pembayaran premi asuransi dapat diakses dengan mudah diantara pembayaran bisa dengan menggunakan pembayaran dengan auto debet rekening.”⁸³

Melihat wawancara dengan Dina Shofa dan Ahmad Burhan selaku nasabah di PT. MNC Life Cabang Kudus. Pembayaran premi pada PT. MNC Life Cabang Kudus memiliki prosedur yang tidak rumit karena cara pembayaran premi asuransi dapat diakses dengan mudah diantara pembayaran bisa dengan menggunakan pembayaran dengan auto debet rekening

⁸²Hasil wawancara dengan Dina Shofa selaku nasabah MNC Life Kudus pada Kamis, tanggal 15 Februari 2018.

⁸³Hasil wawancara dengan Ahmad Burhan selaku Nasabah MNC Life Kudus pada Kamis, tanggal 29 Maret 2018.

atau kartu kredit atau bahkan dengan setoran tunai ke MNC Life Assurance Cabang Kudus.

D. Analisis Data dan Pembahasan

1. Implementasi Proses Pelaksanaan *Personal Selling* dalam Penjualan Polis Asuransi di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus.

Personal selling adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

Proses *personal selling* terdapat beberapa tahap yang perlu dilakukan secara keseluruhan membentuk suatu proses. Tahap-tahap tersebut di antaranya:

a. Persiapan sebelum penjualan

Tahap pertama dalam proses *personal selling* adalah mengadakan persiapan-persiapan sebelum melakukan penjualan. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada tahap pertama ini adalah mempersiapkan tenaga penjualan dengan memberikan pengertian tentang barang yang dijualnya, pasar yang dituju, dan teknik penjualannya.

b. Penentuan lokasi pembeli potensial

Tahap kedua ini menentukan lokasi dari segmen pasar yang menjadi sasarannya. Dari lokasi inilah dapat disusun sebuah daftar tentang calon pembeli atau bisa dikatakan sebagai pembeli potensial.

c. Pendekatan pendahuluan

Sebelum melakukan penjualan, penjual harus mempelajari semua masalah tentang calon pembelinya. Selain itu perlu juga mengetahui tentang produk atau merk apa yang sedang digunakan dan bagaimana reaksinya. Beberapa macam informasi perlu dikumpulkan untuk mendukung penawaran produknya kepada pembeli, misalnya tentang kebiasaan membeli, kesukaan, dan sebagainya. Semua kegiatan ini dilakukan sebagai pendekatan pendahuluan terhadap pasarnya.

d. Melakukan Penjualan

Penjualan yang dilakukan bermula dari suatu usaha untuk memikat perhatian calon konsumen, kemudian diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka. Dan akhirnya penjual melakukan penjualan produknya kepada pembeli.

e. Pelayanan sesudah penjualan

Sebenarnya kegiatan penjualan tidak berakhir pada saat pesanan dari pembeli telah dipenuhi, tetapi masih perlu dilanjutkan dengan memberikan pelayanan atau servis kepada mereka. Biasanya kegiatan ini dilakukan untuk penjualan barang-barang industri instalasi atau barang konsumsi tahan lama seperti lemari es, televisi, dan sebagainya. Kegiatan sesudah penjualan ini antara lain: garansi, reparasi, dan penghantaran barang.⁸⁴

Seperti yang diungkapkan oleh Fathur Rochim sebagai salah satu marketing di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus bahwa proses pelaksanaan *personal selling* diantaranya persiapan sebelum penjualan, Penentuan lokasi pembeli potensial, pendekatan pendahuluan, melakukan penjualan, pelayanan sesudah penjualan.⁸⁵

Menurut analisis peneliti sesuai dengan uraian di atas bahwa proses *personal selling* diantaranya 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 marketing harus mempelajari masalah tentang calon pembelinya, melakukan penjualan yaitu melakukan penjualan produk kepada pembeli, pelayanan sesudah penjualan yaitu memberikan pelayanan kepada nasabah sesudah pembelian.

⁸⁴Basu Swastha DH dan Ibnu Sukotjo W, *Pengantar Bisnis Modern*, Liberty Yogyakarta, 2002, hlm. 227-228.

⁸⁵Hasil wawancara dengan Fatchur Rochim selaku *Agency Manager* MNC Life Kudus pada Kamis, tanggal 15 Februari 2018 Pukul 10:44 WIB.

Dalam proses *personal selling* marketing perlu memperkenalkan produk-produk yang ditawarkan kepada nasabah. Produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan.⁸⁶

Seperti yang diungkapkan oleh Fathur Rochim sebagai salah satu marketing di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus bahwa produk-produk PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus di antaranya:

- a. Produk Individu, di antaranya : Hario Siaga (sebagai produk asuransi MNC Life yang fokus terhadap pelayanan kesehatan darurat seperti kecelakaan dan sakit), Hario Sehat (sebagai produk asuransi MNC Life yang difokuskan terhadap pelayanan kesehatan seumur hidup), Hario Link (sebagai produk MNC Life yang difokuskan terhadap perlindungan jiwa), Hario 911 (sebagai layanan MNC Life untuk bantuan khusus, seperti layanan ambulans, pemadam kebakaran, dan layanan kendaraan),
- b. MNC Dana Harapan (sebagai produk MNC Life yang fokus di bidang pembiayaan hidup),
- c. MNC Group Life (sebagai produk MNC Life yang difokuskan dalam pembiayaan dan perlindungan karyawan/karyawati dalam suatu perusahaan).⁸⁷

Menurut analisis peneliti sesuai dengan uraian di atas bahwa proses *personal selling* selain memperkenalkan produk. Marketing juga harus melihat harga produk yang ditawarkan sesuai dengan harga pasar, agar nasabah dapat tertarik dengan produk yang dijualnya. Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Penentuan harga ini merupakan

⁸⁶Basu Swastha DH dan Ibnu Sukotjo W, *Op.Cit.*, hlm. 194.

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Fatchur Rochim selaku *Agency Manager* MNC Life Kudus pada Kamis, tanggal 15 Februari 2018.

salah satu keputusan yang penting bagi manajemen.⁸⁸ Dan harga produk PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus sudah sesuai dengan premi yang dibayarkan.

Seperti yang diungkapkan oleh Dina Shofa sebagai salah satu nasabah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus yaitu mendapatkan produk yang diinginkan sesuai dengan premi yang saya bayarkan.⁸⁹

2. Kelebihan dan Kelemahan *Personal Selling* dalam Asuransi Syariah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus

Tujuan seluruh usaha pemasaran pada umumnya adalah meningkatkan penjualan yang dapat menghasilkan laba dengan menawarkan kebutuhan yang memuaskan kepada pasar dalam jangka panjang. *Personal selling* merupakan salah satu metode promosi untuk mencapai tujuan tersebut, dan usaha ini memerlukan lebih banyak tenaga kerja atau tenaga penjualan.

Salah satu kelebihan *personal selling* dalam asuransi syariah pada PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus. *Personal selling* merupakan orang atau individu. Lain halnya dengan periklanan dan keinginan promosi lain yang komunikasinya bersifat massal dan tidak pribadi. Dalam operasinya, personal seling lebih fleksibel dibandingkan dengan yang lain. Ini disebabkan karena tenaga-tenaga penjualan tersebut dapat secara langsung mengetahui keinginan, motif, dan perilaku konsumen, dan sekaligus dapat melihat reaksi konsumen, sehingga mereka langsung dapat mengadakan penyesuaian seperlunya.⁹⁰

Seperti yang diungkapkan oleh Fathur Rochim sebagai salah satu marketing di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus bahwa kelebihan *Personal Selling* dalam Asuransi Syariah di PT. MNC Life Assurance

⁸⁸Basu Swastha DHdan Ibnu Sukotjo W, *Op.Cit.*,hlm. 211.

⁸⁹ Hasil wawancara dengan Dina Shofa selaku Nasabah PT. MNC Life Cabang Kudus pada Kamis, tanggal 15 Februari 2018.

⁹⁰ Basu Swastha DH.,*Azas-Azas Marketing*, Liberty Offset Yogyakarta, 2002, hlm. 260.

Cabang Kudus. Kelebihan penjualan dengan sistem *personal selling* di antaranya mampu memacu marketing untuk lebih mengenal pelanggan secara langsung, Mampu menyesuaikan pesan dengan situasi yang dihadapi nasabah, Mengurangi dan meminimalkan gangguan dalam komunikasi sehingga pembeli secara umum memberikan perhatiannya pada pesan penjualan, Keterlibatan dalam proses keputusan, pembeli bisa menjadi seorang patner dalam proses keputusan pembelian.⁹¹

Dalam kelebihan sistem *personal selling* PT. MNC Life Assurance juga memiliki kelebihan atau keuntungan dalam produknya, seperti yang diungkapkan oleh Sholikhatundan Ahmad Burhan sebagai salah satu nasabah PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus bahwa: mendapatkan fitur layanan uang muka klaim ini dengan mudah dan kecepatan proses klaim dalam pemberian santunan meninggal dunia untuk ahli waris hanya dalam kurun waktu 1 x 24 jam.⁹²

Menurut analisis peneliti sesuai dengan uraian di atas bahwa Kelebihan *Personal Selling* dalam Asuransi Syariah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus diantaranya 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.

Salah satu kekurangan *personal selling* dalam asuransi syariah pada PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus. Kegiatan *personal selling* memberikan beban ongkos yang semakin besar apabila penggunaannya sangat luas dan sulit sekali diperoleh tenaga penjualan yang betul-betul *qualified*.⁹³

Seperti yang diungkapkan oleh Fathur Rochim sebagai salah satu marketing di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus bahwa kekurangan

⁹¹ Hasil wawancara dengan Fatchur Rochim selaku *Agency Manager* MNC Life Kudus pada Kamis, tanggal 15 Februari 2018.

⁹² Hasil wawancara dengan Sholikhatun dan Ahmad Burhan selaku Nasabah MNC Life Kudus pada Kamis, tanggal 29 Maret 2018.

⁹³ Basu Swastha DH., *Op.Cit.*, hlm. 260.

Personal Selling dalam Asuransi Syariah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus. Kekurangan dalam sistem *personal selling* di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus di antaranya biaya yang tinggi, setiap marketing memerlukan biaya yang cukup besar untuk penutupan penjualan. Tidak semua marketing mampu melakukan penutupan penjualan dengan baik dan tepat waktu sehingga secara keseluruhan biaya yang dikeluarkan tinggi, Hasil yang rendah, karena waktu merealisasikan penjualan relatif lebih lama maka hasil yang ditargetkan marketing lebih rendah, Jangkauannya lebih rendah karena pasar sasarnya yang luas.

Menurut analisis peneliti sesuai dengan uraian di atas bahwa kekurangan *Personal Selling* dalam Asuransi Syariah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus diantaranya marketing memerlukan biaya yang cukup tinggi dalam proses *personal selling* di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus dengan jangkauan yang tidak luas.

3. Peranan *Personal Selling* dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Syariah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus

Salah satu fungsi tenaga penjualan adalah melakukan penjualan dengan bertemu muka (*facetoface selling*), dimana seorang penjual dari sebuah perusahaan langsung menemui konsumen untuk menawarkan produknya. Penjualan dengan bertemu muka ini hanya merupakan satu dari beberapa fungsi penting lainnya. Diantara fungsi atau peranan *personal selling* dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus.

a. Mengadakan Analisa Pasar

Dalam analisa pasar, termasuk juga mengadakan peramalan tentang penjualan yang akan datang, mengetahui dan mengawasi para pesaing dan memperhatikan lingkungan, terutama lingkungan sosial dan perekonomian.

b. Menemukan Calon Konsumen

Mencari pembeli potensial, menciptakan pesanan baru dari langganan yang ada, dan mengetahui keinginan pasar.

c. Mengadakan Komunikasi

Fungsi ini tidaklah menitik-beratkan untuk membujuk atau mempengaruhi, tetapi untuk memulai dan melangsungkan pembicaraan secara ramah dengan langganan atau calon pembeli.

d. Memberikan Pelayanan

Pelayanan yang diberikan kepada langganan dapat diwujudkan dalam bentuk konsultasi menyangkut keinginan dan masalah-masalah yang dihadapi pelanggan, memberikan jasa teknis, memberikan bantuan keuangan (misalnya berupa kredit), melakukan pengantaran barang kerumah, dan sebagainya.

e. Memajukan Langganan

Pemberian saran secara pribadi seperti saran tentang masalah pengawasan persediaan, promosi, pengembangan barang, dan kebijaksanaan harga. Dengan memajukan penjualan langganan, penjual dapat mengharapkan adanya peningkatan dalam penjualan mereka.

f. Mempertahankan Langganan

Mempertahankan langganan atau penjualan merupakan salah satu fungsi yang semata-mata ditujukan untuk menciptakan *goodwill* serta mempertahankan hubungan baik dengan langganan.

g. Mendefinisikan Masalah

Pendefinisian masalah dilakukan dengan memperhatikan dan mengikuti permintaan konsumen.

h. Mengatasi Masalah

Mengatasi atau menyelesaikan masalah merupakan fungsi menyeluruh yang pada dasarnya menyangkut fleksibilitas, penemuan, dan tanggapan.

i. Mengatur Waktu

Untuk menghemat waktu, mereka harus banyak latihan serta mengambil pengalaman dari orang lain.

j. Mengalokasikan Sumber-sumber

Pengalokasian sumber-sumber sering diperlukan dan dilakukan dengan memberikan bahan bagi keputusan menjemen untuk membuka transaksi baru, menutup transaksi yang tidak menguntungkan, dan mengalokasikan usaha-usaha keberbagai transaksi.

k. Meningkatkan Kemampuan Diri

Ini meliputi latihan-latihan dan usaha-usaha pribadi untuk mencapai kemampuan fisik dan mental yang tinggi. Tentu saja tidak lepas dari masalah motivasi dan kondisi atau kesehatan dari tenaga penjualan itu sendiri. Latihan yang lain dapat dilakukan dengan mempelajari konsumen beserta keinginannya, para pesaing beserta kegiatannya, produk yang dijual, kebijaksanaan dan program dari perusahaannya.⁹⁴

Seerti yang diungkapkan oleh Fathur Rochim sebagai salah satu marketing di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus bahwaperanan *personal selling* dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus di antaranya mencari calon nasabah, menetapkan sasaran, berkomunikasi, dan menjual.⁹⁵

Menurut analisis peneliti sesuai dengan uraian di atas bahwaperanan *personal selling* dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah 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 produk, menjual yaitu suatu cara untuk melayani nasabah agar

⁹⁴*Ibid.*, hlm. 261-263.

⁹⁵ Hasil wawancara dengan Fatchur Rochim selaku *Agency Manager* MNC Life Kudus pada Kamis, tanggal 15 Februari 2018.

mereka mau membeli produk-produk yang kita tawarkan sesuai dengan kemampuan kita sebagai penjual.

Peran marketing dalam sistem pemasaran produknya di PT MNC Life Assurance Cabang Kudus dengan sistem personal selling cukup mempermudah menjadi nasabah.

Seperti yang diungkapkan oleh Sholikhatus dan Ahmad Burhan selaku nasabah PT. MNC Life Cabang Kudus bahwa sangat mempermudah karena calon nasabah dapat dengan mudah bertanya tentang apa produk yang di inginkan dan calon nasabah tidak perlu harus datang ke PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus.⁹⁶

Melihat wawancara dengan Sholikhatus dan Ahmad Burhan selaku Nasabah di PT. MNC Life Cabang Kudus. Peran sistem pemasaran *personal selling* yang dilakukan marketing pada PT. MNC Life Cabang Kudus lebih mempermudah calon nasabah untuk menjadi nasabah karena calon nasabah dapat langsung berkomunikasi dengan marketing dan calon nasabah secara langsung dapat bertanya mengenai produk yang ditawarkan marketing sesuai dengan kebutuhan calon nasabah dan harga yang ditawarkan oleh PT. MNC Life Assurance Kudus dapat menunjang jumlah penjualan.

E. Implikasi Penelitian

Berkaitan dengan implikasi penelitian ini, peneliti menganalisis dari variabel independen yaitu pelaksanaan *personal selling* dalam meningkatkan penjualan polis asuransi produk MNC konservatif syariah. Agar dapat gambaran lebih mendalam serta komperhensif maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan ekonomi dan manajemen terutama tentang manajemen

⁹⁶Hasil wawancara dengan Sholikhatus dan Ahmad Burhan selaku Nasabah MNC Life Kudus pada Kamis, tanggal 29 Maret 2018.

pemasaran. Dengan mempelajari ekonomi Islam, marketing akan mengetahui bagaimana cara meningkatkan penjualan polis asuransi produk MNC konservatif syariah tetapi marketing juga harus memperhatikan pelaksanaan *personal selling* pada PT. MNC LifeAssurance Cabang Kudus.

2. Praktis

Meningkatkan penjualan polis asuransi produk MNC konservatif syariah dengan pelaksanaan *personal selling*. Apabila variabel tersebut berjalan dengan baik, tentunya akan memberikan dampak positif dalam meningkatkan penjualan polis asuransi produk MNC konservatif syariah pada PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus. Dengan meningkatkan penjualan polis asuransi produk MNC konservatif syariah maka jumlah nasabah pada PT. MNC Life Assurance cabang Kudus akan terus meningkat. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan *personal selling* dapat meningkatkan penjualan polis asuransi produk MNC konservatif syariah pada PT. MNC Life Cabang Kudus.