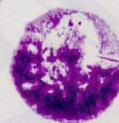


**PENGARUH PELAKSANAAN PERSONAL SELLING TERHADAP  
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PRODUK ASURANSI  
JIWA STANDAR PADA ASURANSI JIWA BERSAMA (AJB)  
BUMIPUTERA 1912 KANTOR OPERASIONAL  
JEMBER KOTA TAHUN 2003**

**SKRIPSI**



MAKASUD PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JEMBER



Asal :	Hadiah Pembelian	Klass
	15 JAN 2005	658.81
Pengkatalog :	<i>fu</i>	Suw †

Oleh :

*Suwarti*

NIM. 990210301060

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2004**

**MOTTO**

*Jadikanlah Sabar dan Sholat sebagai penolongmu dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusu'.*

**(QS. AL Baqoroh ayat 45)**

*Bekerja tanpa rencana seperti berdiri disimpang jalan tanpa petunjuk yang jelas.*

**Sendra**

*Tidak semestinya orang yang berjaya terus berjaya dan orang yang gagal terus gagal.*

**Mohd Azlan**

**PERSEMBAHAN**

1. Bapak dan Ibuku yang telah melimpahkan segenap kasih sayang, doa restu, kepercayaan serta pengorbanan yang sangat besar demi keberhasilan ananda dalam menyelesaikan studi.
2. Kakak-kakakku mas Darman dan keluarga, mas Aries, Delon dan semua keluargaku terima kasih atas dukungan, semangat serta bantuannya selama ini.
3. Teman-temanku mbak Lin, Ana, Luluk, Erni, Fitri, Prast, Helmi, Vita, Nanik, Destik, Dayat, Saiful, Uzik, Samsul, Fatah, dan semua anak PE'99 terima kasih bantuan dan kebersamaannya.
4. Teman-teman ext Sadewa 87: mbak Rully, Sasa, Utami, Iin, Ina, Kesy, Andre, Zay, Rennot terima kasih atas kebersamaannya.
5. Teman-teman Kalimantan X/1: Fiani, Dian, Yuli, Lia, Ely dan adik-adik terima kasih atas kebersamaannya.
6. Semua guruku yang telah memberikan ilmunya selama ini.
7. Almamater yang kubanggakan.

**PENGARUH PELAKSANAAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP  
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PRODUK ASURANSI JIWA  
STANDAR PADA ASURANSI JIWA BERSAMA (AJB) BUMIPUTERA  
1912 KANTOR OPERASIONAL JEMBER KOTA  
TAHUN 2003**

**SKRIPSI**

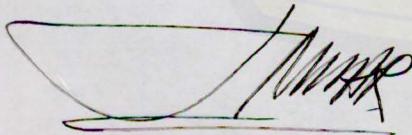
Diajukan untuk dipertahankan di depan tim penguji, sebagai salah satu syarat menyelesaikan program pendidikan sarjana strata satu (S<sub>1</sub>)  
Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Sosial  
pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

Oleh:

Nama : Suwarti  
NIM : 990210301060  
Angkatan Tahun : 1999  
Tempat, Tanggal Lahir : Ngawi, 16 Agustus 1980  
Jurusan/ Program : P. IPS/ P. Ekonomi

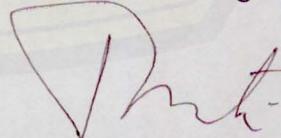
Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,



Drs. Umar HM Saleh, M.Si  
NIP. 131 759 843

Dosen Pembimbing II,



Dra. Murtiningsih  
NIP. 130 531 990

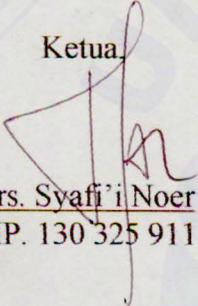
**HALAMAN PENGESAHAN**

Telah dipertahankan dan dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji  
dan diterima oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

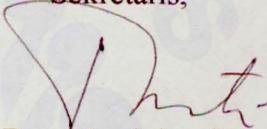
Pada Hari : Kamis  
Tanggal : 28 Oktober 2004  
Tempat : Gedung I FKIP Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

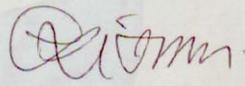
  
Drs. Syafi'i Noer  
NIP. 130 325 911

Sekretaris,

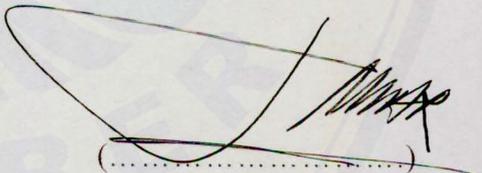
  
Dra. Murtiningsih  
NIP. 130 531 990

Anggota:

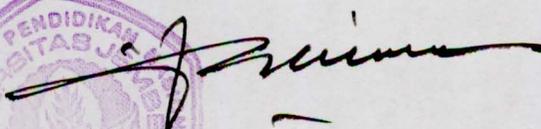
1. Dra. Sri Wahyuni, M.Si  
NIP. 131 386 651

  
(.....)

2. Drs. Umar HM Saleh, M.Si.  
NIP. 131 759 843

  
(.....)

Mengetahui,  
Dekan FKIP UNEJ

  
Drs. Imam Muchtar, SH, M. Hum  
NIP. 130 810 936

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul Pengaruh Pelaksanaan *Personal Selling* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Asuransi Jiwa Standar Pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota Tahun 2003.

Selama menyelesaikan skripsi ini peneliti tidak lepas dari dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Jember;
2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember
3. Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
4. Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan;
5. Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II
6. Seluruh dosen Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan khususnya dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jember
7. Pimpinan Operasional AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota;
8. Semua pihak yang telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kelemahan. Oleh karena itu sumbangan pemikiran dan kritikan yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan. Harapan peneliti semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Jember, Oktober 2004

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN MOTTO.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DENAH LOKASI PENELITIAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Permasalahan.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori Tentang <i>Personal Selling</i> .....	6
2.2.1 Mencari dan Menilai Prospek ( <i>Prospecting</i> ).....	11
2.2.2 Pendekatan Awal ( <i>Pre approach</i> ).....	13
2.2.3 Pendekatan ( <i>Approach</i> ).....	14
2.2.4 Presentasi ( <i>Presentation</i> ).....	15
2.2.5 Mengatasi Keberatan ( <i>Handling Objection</i> ).....	15
2.2.6 Menutup Penjualan ( <i>Closing</i> ).....	16

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN MOTTO.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DENAH LOKASI PENELITIAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Permasalahan.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori Tentang <i>Personal Selling</i> .....	6
2.2.1 Mencari dan Menilai Prospek ( <i>Prospecting</i> ).....	11
2.2.2 Pendekatan Awal ( <i>Pre approach</i> ).....	13
2.2.3 Pendekatan ( <i>Approach</i> ).....	14
2.2.4 Presentasi ( <i>Presentation</i> ).....	15
2.2.5 Mengatasi Keberatan ( <i>Handling Objection</i> ).....	15
2.2.6 Menutup Penjualan ( <i>Closing</i> ).....	16

2.2.7 Tindak Lanjut Penjualan ( <i>follow-up</i> ) .....	17
2.3 Landasan Teori Tentang Volume Penjualan .....	18
2.4 Landasan Teori Pengaruh Pelaksanaan <i>Personal Selling</i> Terhadap Peningkatan Volume Penjualan .....	19
2.5 Hipotesis Penelitian.....	20

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1 Rancangan Penelitian .....	21
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	21
3.3 Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	22
3.4 Metode Penentuan Responden.....	23
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.6.1 Metode Observasi.....	24
3.6.2 Metode Wawancara.....	24
3.6.3 Metode Angket.....	24
3.6.4 Metode Dokumentasi.....	24
3.7 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	25
3.7.1 Editing.....	25
3.7.2 Skoring.....	25
3.7.3 Tabulasi.....	25
3.8 Metode Analisis Data.....	26
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	26
3.8.2 Analisis Inferensial.....	26

### **BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Data Pelengkap .....	28
4.1.1 Sejarah Berdirinya AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota.....	28
4.1.2 Wilayah Pemasaran.....	29
4.1.3 Produk Asuransi Jiwa Standar pada AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota .....	30
4.1.4 Proses <i>Personal Selling</i> .....	36

4.1.5 Gambaran Umum Responden .....	40
4.2 Data Utama .....	42
4.2.1 Analisis Diskriptif.....	43
4.2.2 Analisis Inferensial .....	55
4.3 Pengujian Hipotesis.....	57
4.4 Diskusi Hasil Penelitian .....	57
4.5 Kekuatan dan Kelemahan Penelitian .....	60
4.5.1 Kekuatan Penelitian.....	60
4.5.2 Kelemahan Penelitian.....	60

**BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	61
5.2 Saran.....	61

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Target dan Realisasi Perolehan Premi Pertama Rp/Th (2000-2003).....	3
Tabel 2	Pembayaran Dana Kelangsungan Belajar.....	31
Tabel 3	Prosentase Santunan Yang Diterima Akhir Masa Asuransi.....	34
Tabel 4	<i>Premium Deposit</i> (Bonus Simpanan) Yang Diterima Ahli Waris Tertanggung .....	35
Tabel 5	Jenis Kelamin Agen Asuransi pada AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota .....	40
Tabel 6	Masa Kerja Agen Asuransi pada AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota .....	41
Tabel 7	Pendidikan Agen Asuransi pada AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota .....	42
Tabel 8	Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Mencari Nasabah Melalui Nasabah Lama.....	43
Tabel 9	Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Mencari Nasabah Dengan Menanyakan pada Teman/Kenalan .....	44
Tabel 10	Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Mencari Nasabah Dengan Datang ke Berbagai Rumah dan Kantor Baik Milik Pemerintah Maupun Swasta .....	45
Tabel 11	Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Menilai Calon Nasabah Berdasarkan Tingkat Penghasilannya.....	46
Tabel 12	Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Mencari Informasi tentang Pengambil Keputusan Pembelian dari Calon Nasabah.....	47
Tabel 13	Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Mencari Informasi tentang produk Asuransi Jiwa Standar Apa yang Dibutuhkan Calon Nasabah.....	47
Tabel 14	Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Penampilan Rapi dari Agen Asuransi.....	48
Tabel 15	Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Sikap Ramah	

Tabel 16 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Presentasi Penjualan.....	50
Tabel 17 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Mengatasi Keberatan Dari Calon Nasabah .....	51
Tabel 18 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Menutup Penjualan .....	52
Tabel 19 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Tindak Lanjut Penjualan ....	53
Tabel 20 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Pencapaian Target Penjualan .....	54
Tabel 21 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Total Premi Pertama Yang Dapat Diperoleh Agen Asuransi.....	54
Tabel 22 Rekapitulasi hasil Analisis Persamaan garis Regresi Linier Sederhana .....	55
Tabel 23 Rekapitulasi Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y .....	56
Tabel 24 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi .....	56
Tabel 25 Rekapitulasi Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y .....	57

**DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Matrik Penelitian
- Lampiran 2 Tuntunan Penelitian
- Lampiran 3 Angket Penelitian
- Lampiran 4 Lembar Wawancara
- Lampiran 5 Identitas Responden
- Lampiran 6 Rekapitulasi Hasil Penelitian
- Lampiran 7 Rekapitulasi Hasil Data Primer
- Lampiran 8 Tabel Kerja Analisis Sederhana
- Lampiran 9 Hasil Analisis Statistik dengan Program SPSS *for Window*
- Lampiran 10 Tabel Kritis Distribusi F
- Lampiran 11 Hasil Analisis Statistik Secara Manual
- Lampiran 12 Kartu Informasi Prospek (KARIP)
- Lampiran 13 Surat Permintaan (SP)
- Lampiran 14 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 15 Lembar Konsultasi
- Lampiran 16 Daftar Riwayat Hidup

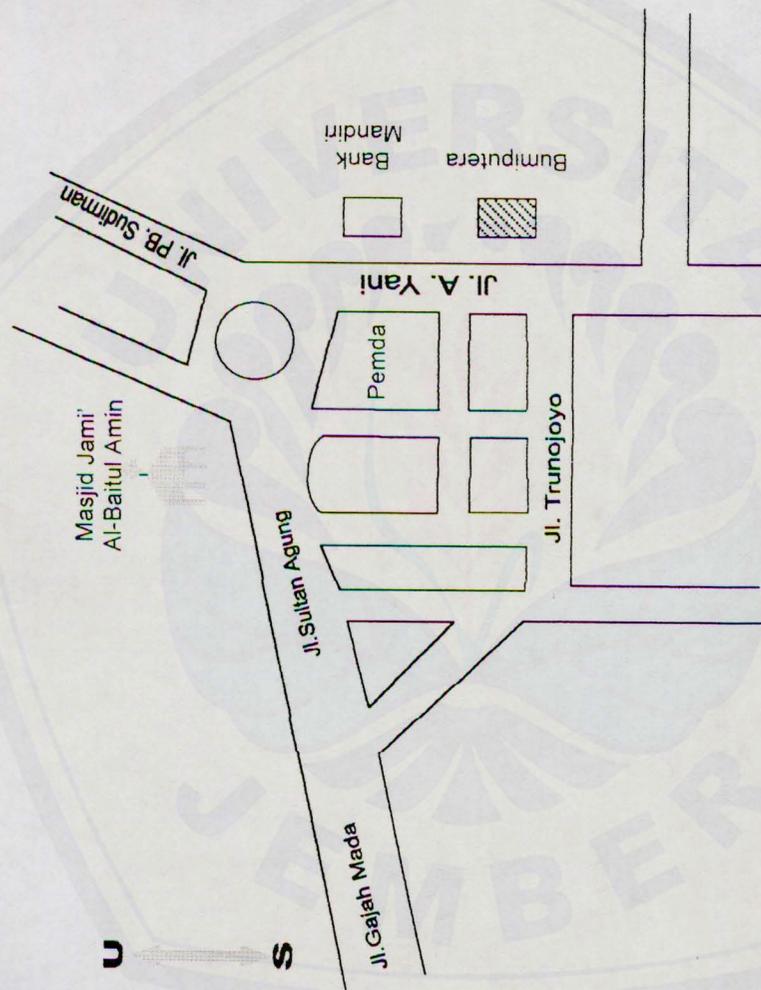
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Denah Lokasi Penelitian

Gambar 2 Tahap-Tahap Penjualan Efektif Dalam Proses *Personal Selling*



**DENAH LOKASI PENELITIAN**



 = Tempat Penelitian

ABSTRAK

Judul: Pengaruh Pelaksanaan *Personal Selling* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Asuransi Jiwa Standar Pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota Tahun 2003

Pembimbing: (1) Drs. Umar HM Saleh, M.Si  
(2) Dra. Murtiningsih

*Personal Selling* merupakan salah satu bauran promosi yang dilaksanakan perusahaan AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota untuk menginformasikan produk asuransi jiwa standar pada calon nasabah dalam rangka meningkatkan volume penjualan melalui tahap-tahap penjualan yang ada dalam proses *personal selling* yang terdiri dari: Mencari dan menilai prospek, pendekatan awal, pendekatan, presentasi penjualan, mengatasi keberatan, menutup penjualan dan tindak lanjut penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pelaksanaan *personal selling* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan volume penjualan produk asuransi jiwa standar pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota tahun 2003. Metode penentuan lokasi penelitian secara *purposive area* yaitu ditentukan secara sengaja di AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota. Sedangkan metode penentuan responden dengan *purposive sampling* yaitu sampel dipilih sesuai dengan tujuan penelitian. Sampel yang diambil sebanyak 32 responden dari keseluruhan agen asuransi pada AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji F diperoleh F hitung sebesar 130,745 sedangkan F tabel dengan taraf signifikan 5% diperoleh hasil sebesar 4,17. Hasil tersebut menunjukkan bahwa F hitung 130,745 lebih besar dari F tabel 5% yaitu 4,17 dengan  $\alpha = 0,05$  lebih besar dari  $\text{sig} = 0,000^a$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari pelaksanaan *personal selling* terhadap peningkatan volume penjualan produk asuransi jiwa standar pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota Tahun 2003.

Kata Kunci: *Personal Selling*, Volume Penjualan



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah memberikan kemajuan yang pesat dibidang industri manufaktur maupun industri jasa. Dengan adanya kemajuan-kemajuan tersebut tentu tidak terlepas dari berbagai risiko yang telah ada, baik itu risiko terhadap usaha atau bisnis maupun risiko terhadap perseorangan sebagai subyek dari aktivitas usaha atau bisnis tersebut. Risiko-risiko tersebut antara lain risiko kehilangan penghasilan, kematian, kecelakaan, menderita sakit, dan lain sebagainya. Berbagai risiko yang dihadapi oleh manusia tersebut, memberikan peluang berkembangnya perusahaan penanggungungan terhadap risiko, salah satunya adalah perusahaan asuransi jiwa. Menurut Undang-Undang No. 2 Tahun 1992 tentang usaha perasuransian menyebutkan bahwa perusahaan asuransi jiwa adalah perusahaan yang memberikan jasa dalam penanggungungan risiko yang dikaitkan dengan hidup dan meninggalnya seseorang yang dipertanggungkan (Darmawi, 2000:73).

Seperti perusahaan pada umumnya perusahaan asuransi jiwa selalu berusaha tampil dengan kapasitas yang maksimal dalam arti dapat melayani setiap permintaan dari anggota masyarakat manapun dengan harapan dapat mencapai tujuan perusahaan. Salah satu tujuan pokok dari setiap perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan yang maksimal melalui peningkatan volume penjualannya.

Banyak hal dan tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan asuransi jiwa untuk mencapai tujuan tersebut, antara lain adanya persaingan yang semakin tajam antar perusahaan asuransi jiwa lokal yang sejenis dan ditambah semakin gencarnya perusahaan asuransi jiwa asing/campuran masuk ke pasar asuransi Indonesia. Masing-masing perusahaan berlomba-lomba agar produknya diminati dan dipercaya masyarakat, dengan memberikan pelayanan dan produk yang lebih baik dari pada pesaing-pesaingnya.

Selain dihadapkan pada masalah semakin tajamnya persaingan antar perusahaan asuransi jiwa yang sejenis, dalam memasarkan produknya perusahaan asuransi jiwa juga dihadapkan pada kondisi sebagian masyarakat yang masih rendah kesadarannya untuk berasuransi. Mereka menganggap bahwa ikut asuransi, seperti asuransi jiwa hanya membuang uang dan tidak banyak menolong, serta adanya kesan negatif terhadap perusahaan asuransi jiwa, terutama pembayaran klaim yang dipersulit, serta jangka waktu pertanggung jawaban yang relatif lama. Fenomena yang terjadi di masyarakat tersebut merupakan tantangan bagi perusahaan asuransi jiwa untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat akan kegunaan program asuransi, sekaligus menjadi peluang pasar yang potensial.

Salah satu strategi yang dilakukan oleh perusahaan asuransi jiwa adalah dengan memberikan informasi yang lebih intensif mengenai produk perusahaan kepada calon nasabah dengan melakukan kegiatan promosi melalui kontak personal secara langsung yaitu *personal selling*. Informasi yang lebih mendalam mengenai produk asuransi tersebut disampaikan kepada calon nasabah lewat agen asuransi sebagai pelaku *personal selling*. Sebagaimana diungkapkan oleh Suparwanto bahwa salah satu unsur yang menjadi kunci keberhasilan bisnis asuransi jiwa adalah tergantung pada ketajaman dan keandalan daya tembus agen/mitra kerja sebagai ujung tombak perusahaan, dan ditangan agen jugalah semua kontrak perjanjian dan perolehan premi dapat ditingkatkan oleh perusahaan asuransi jiwa (Warta Bumiputera, 1997:28 th XXIV).

Sekian banyak perusahaan asuransi jiwa yang ada dikota Jember, Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota termasuk perusahaan asuransi jiwa lokal tertua yang sudah mempunyai *brand name* di masyarakat. Perusahaan ini mempunyai bentuk usaha yang berbeda dengan perusahaan asuransi lainnya yaitu berbentuk usaha bersama (mutual), artinya AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota bukanlah murni sebuah perseroan tetapi usaha bersama dari anggota oleh anggota dimana pemegang polis adalah pemilik perusahaan. Perusahaan ini memberikan jasa dalam penanggulangan risiko yang dikaitkan dengan hidup dan meninggalnya seseorang yang dipertanggungkan, dengan menawarkan produk asuransi jiwa standar. Produk-

produk asuransi AJB Bumiputera 1912 meliputi produk asuransi jiwa kumpulan, eksekutif, dan standar. Kantor Operasional Jember Kota hanya memasarkan produk asuransi jiwa standar saja, yaitu produk asuransi perseorangan yang diproduksi oleh AJB Bumiputera 1912 dirancang bagi pribadi yang sadar akan perlindungan terhadap diri dan orang-orang terdekat yang sekaligus memberikan nilai investasi dengan uang pertanggungan minimal Rp. 10.000.000.

Produk asuransi jiwa kumpulan dan eksekutif untuk wilayah Jember pangsa pasarnya belum menguntungkan dilihat dari perkembangan perekonomian dan tingkat pendapatan masyarakat yang masih rendah. Produk asuransi jiwa kumpulan, polis diterbitkan untuk beberapa orang tertanggung dan dan pemegangnya adalah pimpinan suatu instansi, perusahaan atau organisasi. Polis ini disebut sebagai polis induk. Sedangkan pada masing-masing tertanggung diberikan sertifikat sebagai tanda bukti keikutsertaan dalam asuransi. Sedangkan untuk produk asuransi jiwa eksekutif hampir sama dengan produk asuransi jiwa standar hanya saja uang pertanggungannya lebih tinggi yaitu minimal Rp. 15.000.000

Berbagai hal tersebut diatas telah mendasari AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota untuk melaksanakan program promosi *personal selling* sebagai program promosi utama dalam upaya meningkatkan volume penjualan produk asuransi jiwa standar. Perkembangan peningkatan volume penjualan (penerimaan premi pertama) Rp/th selama tahun 2000-2003 pada AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini:

**Tabel 1 Target dan Realisasi Perolehan Premi Pertama Rp/Th (2000-2003)**

Tahun	Target premi pertama (Rupiah)	Realisasi Premi Pertama (Rupiah)	Naik (%)	Turun (%)
2000	880.000.000	912.546.942	-	-
2001	960.000.000	1.026.479.454	13%	-
2002	1.121.169.999	1.125.221.951	10%	-
2003	1.368.000.003	1.600.721.553	42%	-

Sumber data: Laporan Perkembangan Tahunan AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota tahun 2000-2003.

Berdasarkan Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa target penjualan dan realisasi perolehan premi pertama dari tahun 2000-2003 cenderung mengalami

kenaikan. Pada tahun 2000 perusahaan menetapkan target perolehan premi pertama sebesar Rp. 880.000.000 dan terealisasi sebesar Rp. 912.546.942, sedangkan pada tahun 2001 perusahaan menaikkan target perolehan premi pertama sebesar Rp. 960.000.000 dan terealisasi sebesar Rp. 1.021.666.768 atau mengalami kenaikan sebesar 13 %. Tahun 2002 target perolehan premi pertama sebesar Rp. 1.121.169.999 dan terealisasi sebesar Rp. 1.125.221.951 hanya mengalami kenaikan 10 %. Tahun 2003 dengan melaksanakan program promosi *personal selling* secara lebih baik oleh agen asuransi, perusahaan mampu menaikkan perolehan premi pertama sebesar 42 %, yaitu dari target perolehan premi pertama sebesar Rp. 1.368.000.003 dan terealisasi sebesar Rp. 1.600.721.553.

Berdasarkan hal tersebut dengan pelaksanaan program promosi *personal selling* AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota mampu meningkatkan volume penjualan produk asuransi jiwa standar. Pelaksanaan *personal selling* pada perusahaan ini dilakukan oleh agen asuransi sebagai pelaku *personal selling* yang merupakan mitra kerja perusahaan dalam mempromosikan produk asuransi jiwa standar kepada calon nasabah dengan tujuan untuk menciptakan penjualan, melalui tahap-tahap penjualan dalam proses *personal selling* yang meliputi: mencari dan menilai prospek, pendekatan awal, pendekatan, presentasi penjualan, mengatasi keberatan, menutup penjualan, dan tindak lanjut penjualan. Tahap-tahap penjualan dalam proses *personal selling* yang dilaksanakan dengan baik oleh para agen asuransi akan dapat menciptakan penjualan atas produk asuransi jiwa standar yang ditawarkan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan produk asuransi jiwa standar tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pelaksanaan *Personal Selling* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Asuransi Jiwa Standar Pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota Tahun 2003”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

“Apakah pelaksanaan *personal selling* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan volume penjualan produk asuransi jiwa standar pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota tahun 2003 ?”.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah pelaksanaan *personal selling* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan volume penjualan produk asuransi jiwa standar pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota tahun 2003.
2. Untuk mengetahui peranan pelaksanaan *personal selling* terhadap peningkatan volume penjualan produk asuransi jiwa standar pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota tahun 2003.

## 1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis: ingin lebih mendalami mengenai dinamika perasuransian dan sebagai aplikasi ilmu yang diterima.
2. Bagi agen asuransi: sebagai masukan yang positif untuk dapat melaksanakan tahap-tahap penjualan dalam proses *personal selling* secara lebih baik sehingga dapat meningkatkan volume penjualan produk asuransi jiwa standar.
3. Bagi perusahaan: sebagai masukan yang positif untuk meningkatkan volume penjualan dengan melaksanakan program promosi *personal selling* yang lebih baik.
4. Bagi Perguruan Tinggi: hasil ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi dan bahan kepustakaan bagi mahasiswa.



## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu

Penelitian sejenis pernah dilakukan oleh Astuti (1995) tentang *Hubungan Personal Selling terhadap Nilai Penjualan pada PT (Persero) Asuransi Jiwasraya Perwakilan Jember*. Indikator dari *personal selling* meliputi: persiapan sebelum penjualan, penentuan lokasi pembeli potensial, pendekatan pendahuluan, melakukan penjualan, pelayanan sesudah penjualan. Sedangkan indikator dari nilai penjualan meliputi jumlah polis yang terjual. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis *least Square* membuktikan bahwa *personal selling* mempunyai hubungan yang sangat kuat terhadap nilai penjualan sebesar 0,9857 atau 98,57 %. Penelitian ini hanya sebatas mengetahui hubungan antara variabel (X) dengan variabel (Y), untuk itu pada penelitian sekarang ini peneliti ingin mengetahui pengaruh antara variabel (X) terhadap variabel (Y) dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana, dengan mengambil tempat penelitian di AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota.

Sumbangan atau kontribusi yang diberikan penelitian terdahulu terhadap penelitian sekarang adalah yaitu penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan atau pedoman yang memperkuat penelitian ini sekaligus membantu untuk mempermudah bagi peneliti untuk menentukan indikator variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini indikator variabel (X) meliputi: mencari dan menilai prospek, pendekatan awal, pendekatan, presentasi penjualan, mengatasi keberatan, menutup penjualan, tindak lanjut penjualan dan variabel (Y) meliputi: jumlah premi pertama selama tahun 2003.

### 2.2 Landasan Teori Tentang *Personal Selling*

*Personal selling* biasa disebut dengan penjualan pribadi atau penjualan tatap muka merupakan salah satu kegiatan bauran promosi yang dilaksanakan oleh perusahaan. Kegiatan *personal selling* dilakukan oleh seseorang yang berkedudukan sebagai tenaga penjualan, wiraniaga, atau salesman/salesgirl

dengan menawarkan produk secara langsung kepada konsumen. Mengenai definisi *personal selling* Rismiati dan Bondan (2001:225) mengatakan bahwa *personal selling* merupakan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan salah satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan suatu penjualan. Sedangkan *personal selling* menurut Tjiptono (2002:224) merupakan komunikasi langsung (tatap muka) antara *personal* dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk dan pemahaman pelanggan terhadap suatu produk yang pada akhirnya akan melakukan transaksi pembelian.

Selain itu, menurut William G. Nickel (dalam Swastha, 1996:260) mengatakan bahwa *personal selling* merupakan interaksi antar individu, saling bertemu muka, yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan. Lebih lanjut Sutisna (2000:331) mendefinisikan *personal selling* adalah satu-satunya alat promosi untuk berkomunikasi antara produsen yang diwakili tenaga penjual dengan konsumen potensial yang melibatkan pikiran dan emosi dengan berhadapan langsung (*face-to-face*). Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa *personal selling* dalam kegiatan promosi dapat terjadi apabila pelaku *personal selling* yaitu tenaga penjualan bertemu muka secara langsung dengan calon pembeli, dimana dalam pertemuan itu tenaga penjualan melakukan presentasi secara lisan mengenai produk yang ditawarkan dengan memberikan persuasi yang menarik perhatian calon pembeli untuk melakukan transaksi pembelian.

*Personal selling* merupakan cara yang paling efektif dilaksanakan oleh perusahaan terutama dalam menanamkan pilihan dan keyakinan pembeli akan suatu produk untuk melakukan pembelian pada tingkat tertentu. Sebagaimana diungkapkan oleh Sendra (2002:117) bahwa *personal selling* merupakan alat promosi yang paling efektif jika produk yang dipasarkan sangat kompleks, memerlukan biaya atau modal yang sangat besar, jarang dibeli, harus disesuaikan dengan kebutuhan pembeli, dan memerlukan pelayanan purna jual. Berdasarkan hal tersebut perusahaan harus memperhatikan karakteristik produk yang dihasilkan agar informasi yang ingin disampaikan tepat pada pasar sasaran.

Seperti halnya AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota yang menawarkan produk asuransi jiwa standar, produk tersebut tidak dapat dilihat oleh nasabah untuk itu perusahaan membuat sesuatu yang nyata yaitu ditunjukkan dengan selebar polis sebagai bukti pembelian produk. Dalam pelaksanaannya *personal selling* memerlukan biaya dan modal yang besar untuk menjual produk asuransi jiwa yang jarang dibeli orang. Agar menarik minat pembeli produk asuransi tersebut disesuaikan dengan kebutuhan pembeli. Proses transaksi tidak berhenti pada saat produk asuransi terjual melainkan terus berlanjut sampai dengan jatuh tempo polis.

Sebagai salah satu bauran promosi *personal selling* mempunyai peran yang sangat penting dalam strategi pemasaran perusahaan. Menurut Sutisna (2003:311) peran *personal selling* dalam strategi pemasaran perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Menyampaikan pesan yang komplek kepada konsumen potensial mengenai kebijakan dan produk perusahaan.
2. Mengadaptasi penawaran dan daya tarik promosional produk untuk kebutuhan yang unik dan konsumen yang spesifik.
3. Membujuk konsumen bahwa produk atau jasa perusahaan lebih baik atau mempunyai sisi yang positif dibandingkan dengan produk pesaing.

Berdasarkan hal tersebut, tenaga penjualan atau wiraniaga melalui kegiatan *personal selling* dapat memberikan informasi yang lebih mendalam mengenai kelebihan produk dan kondisi perusahaan sebagai bahan informasi kepada konsumen untuk memutuskan pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Selain itu juga menyesuaikan penawaran yang dapat menimbulkan daya tarik suatu produk tertentu, pada konsumen yang benar-benar mempunyai kebutuhan atas produk yang ditawarkan. Sebagai contoh penawaran akan produk asuransi, orang membeli produk asuransi karena ia memerlukan kebutuhan perlindungan dari suatu hal yang tidak pasti dimasa mendatang. Berkaitan dengan hal tersebut yang dibeli bukanlah polis asuransi melainkan proteksi asuransinya.

*Personal selling* mempunyai karakteristik yang sangat berbeda dengan alat promosi yang lainnya, yaitu lebih bersifat antar pribadi. Hal ini ditunjukkan dengan adanya komunikasi dua arah antara tenaga penjualan yang mewakili

perusahaan dengan calon pembeli potensial. Perbedaan karakteristik tersebut menyebabkan *personal selling* mempunyai keunggulan-keunggulan sebagai berikut:

1. *Personal selling* melibatkan komunikasi langsung dengan konsumen potensial (face to face).
2. Proses alur komunikasi terjadi dua arah, sehingga konsumen secara langsung bisa bertanya mengenai produk kepada tenaga penjualan.
3. Menyampaikan pesan yang kompleks mengenai karakteristik produk, yang tidak mungkin disampaikan dalam iklan di media elektronik dan media cetak.

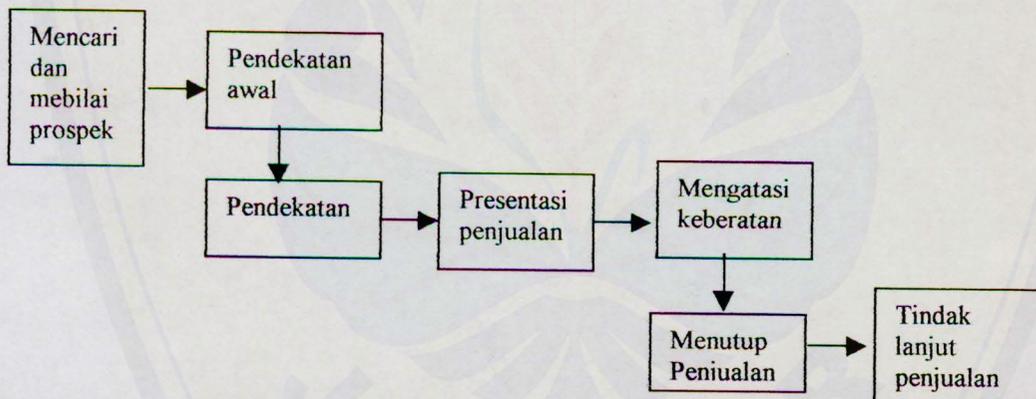
Berdasarkan hal tersebut, pesan yang disampaikan dalam *personal selling* sering lebih bisa membujuk dari pada alat promosi lainnya. Lain halnya dengan periklanan dan kegiatan promosi lainnya yang bersifat massal dan tidak bersifat pribadi. Dalam operasionalnya *personal selling* lebih fleksibel karena tenaga penjualan dapat secara langsung mengetahui keinginan, motif dan perilaku konsumen sehingga secara langsung dapat mengadakan penyesuaian seperlunya sesuai dengan keinginan konsumen.

Selain mempunyai keunggulan, kegiatan *personal selling* juga mempunyai kelemahan. Menurut Sutisna (2003:315) menyatakan bahwa kelemahan utama dari *personal selling* adalah komunikasi hanya terjadi pada sekelompok kecil konsumen potensial, sehingga sangat mahal jika diukur berdasarkan biaya perkontak dengan konsumen potensial. Berdasarkan hal tersebut *personal selling* membutuhkan dana yang besar untuk membiayai armada jual yang besar pula, selain itu spesifikasi tenaga jual yang diinginkan perusahaan sulit dicari. Meskipun demikian *personal selling* tetaplah penting dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

*Personal selling* sebagai alat promosi yang pada akhirnya bertujuan untuk menciptakan penjualan. Salah satu fungsi dari tenaga penjualan adalah melakukan penjualan dengan bertemu muka (*face-to-face selling*), dimana tenaga penjualan dari sebuah perusahaan langsung menemui konsumen untuk menawarkan produknya (Swastha dan Irawan, 2002:408). Berdasarkan hal tersebut *personal selling* sebagai alat promosi harus direncanakan secara matang agar tepat pada pasar sasaran untuk dapat menciptakan penjualan, karena jika terjadi salah sasaran

pelaksanaan *personal selling* tidak akan menghasilkan apa-apa, melainkan kerugian yang sangat besar. Oleh karena itu pelaksanaan *personal selling* memerlukan perencanaan yang matang dan proses yang bertahap. Menurut Swastha (1996:263) menyatakan *personal selling* memiliki beberapa tahapan proses yang terdiri dari: persiapan sebelum penjualan, penentuan lokasi pembeli potensial, pendekatan pendahuluan, melakukan penjualan, pelayanan sesudah penjualan. Sedangkan Kotler dan Amstrong (2001:224-225) menyatakan bahwa proses *personal selling* terdiri dari tujuh tahap kegiatan yang dapat menciptakan penjualan efektif yang meliputi: mencari dan menilai prospek (*prospecting*), pendekatan awal (*pre-approach*), pendekatan (*approach*), presentasi penjualan (*presentation*), mengatasi keberatan (*handling objection*), menutup penjualan (*closing*), tindak lanjut penjualan (*follow-up*).

Secara skematis, tahapan penjualan dalam proses *personal selling* dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Tahap-tahap penjualan efektif dalam proses *personal selling*

Sumber: Kotler dan Amstrong, 2001:225

Berdasarkan gambar 1. di atas dapat dijelaskan bahwa ketujuh tahap penjualan yang terdiri dari: mencari dan menilai prospek, pendekatan awal, pendekatan, presentasi, mengatasi keberatan, menutup penjualan dan tindak lanjut penjualan merupakan satu kesatuan dalam proses *personal selling* yang dapat menciptakan penjualan yang efektif atas produk yang ditawarkan perusahaan.

Ketujuh tahapan penjualan yang efektif dalam proses *personal selling* di atas juga dilaksanakan oleh agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota dalam rangka menginformasikan produk asuransi jiwa

standar kepada calon nasabah dengan tujuan untuk menciptakan penjualan produk asuransi tersebut, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Ketujuh tahapan penjualan dalam proses *personal selling* tersebut dijadikan indikator dalam penelitian ini. Untuk lebih jelasnya akan dibahas dibawah ini:

### 2.2.1 Mencari dan Menilai Prospek (*Prospecting*)

Individu atau organisasi yang merupakan calon pembeli potensial dari suatu produk perusahaan disebut dengan prospek (Sendra, 2002:21). Tahap awal dari keseluruhan proses *personal selling* yang dilakukan oleh tenaga penjualan adalah mencari dan melakukan penilaian terhadap prospek atau biasa disebut dengan kegiatan *prospecting*. Mengenai definisi prospekting kotler dan Amstrong (2000:224) menyatakan bahwa *prospecting* merupakan kegiatan mengidentifikasi orang-orang yang dapat masuk sebagai pelanggan potensial. Sedangkan Sendra (2002:6) mendefinisikan *prospecting* merupakan kegiatan yang terdiri dari mengidentifikasi dan mengkualifikasikan prospek atau calon pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut, pada kegiatan ini ada dua kegiatan yang dilakukan oleh tenaga penjualan yaitu mengidentifikasi calon konsumen dan kemudian mengkualifikasikan mereka yang mempunyai alasan potensial untuk membeli. Kedua kegiatan ini dikombinasikan dalam satu tahap yang bersamaan yaitu prospekting. Kedua kegiatan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Mencari calon pembeli potensial

Mencari pembeli potensial merupakan kegiatan awal seorang tenaga penjualan. Pada kegiatan ini tenaga penjualan dituntut aktif dan pandai memperoleh daftar calon pembeli potensial yang bisa menjadi sasaran penawaran produk perusahaan. Menurut Kotler (dalam Susanto, 2001:917-919) menyatakan bahwa tenaga penjualan dapat memperoleh petunjuk mengenai daftar nama-nama calon pelanggan dengan cara:

- a. Menanyakan kepada pelanggan sekarang tentang nama-nama calon pembeli
- b. Menghubungi sumber-sumber lainnya, seperti pemasok, penjual, wakil penjualan yang tidak bersaing, bankir, dan eksekutif asosiasi perdagangan.
- c. Bergabung dengan calon pembeli dimana calon pembeli bergabung.

- d. Memeriksa sumber-sumber data (surat kabat, buku telepon).
- e. Menggunakan telepon atau surat untuk mendapatkan petunjuk.
- f. Mampir ke berbagai kantor.

Sedangkan menurut Sutisna (2003:316) mengatakan bahwa data-data mengenai nama-nama calon pembeli dapat diperoleh melalui buku telepon, daftar pelanggan, direktori industri atau organisasi. Berdasarkan hal tersebut, tenaga penjualan dari masing-masing suatu perusahaan mempunyai cara yang berbeda-beda untuk memperoleh nama-nama calon konsumen yang akan menjadi sasaran penawaran produknya. Sedangkan dalam penelitian ini kegiatan mencari calon nasabah, agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota dengan cara: menanyakan kepada nasabah lama (referensi nasabah), menanyakan kepada teman/kenalan (referensi teman) dan datang ke berbagai rumah dan kantor baik milik pemerintah maupun swasta.

## 2. Menilai calon pembeli potensial

Pengkualifikasian merupakan suatu proses untuk menentukan seseorang yang benar-benar merupakan pelanggan potensial (Sendra, 2002:21). Berdasarkan hal tersebut, pada kegiatan ini tenaga penjualan menentukan kualifikasi konsumen prospektif bernilai sebagai konsumen potensial atau tidak dari daftar nama-nama calon pembeli potensial yang telah diperoleh. Menurut Kotler dan Armstrong (2001:225) menyatakan bahwa prospek dapat dinilai dengan meneliti kemampuan keuangan, volume bisnis, kebutuhan spesial, lokasi, dan kemungkinan bisnis yang tumbuh berkelanjutan. Sedangkan menurut Churchill, Ford dan Walker (dalam Sutisna, 2003:317) menyatakan bahwa *qualifying the prospect* merupakan proses penemuan jawaban atas tiga pertanyaan penting yaitu:

- a. Apakah konsumen prospektif mempunyai kebutuhan atas produk dan jasa yang akan ditawarkan ?
- b. Dapatkan membuat orang yang bertanggung jawab untuk membeli suatu produk yang dibutuhkannya ?
- c. Apakah penjualan yang dilakukan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan?

Berdasarkan hal tersebut, kegiatan ini memungkinkan tenaga penjualan untuk menyaring prospek yang jelek dan mengkonsentrasikan kegiatan promosi

*personal selling* pada prospek yang memiliki potensi untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan, sehingga dapat memberikan keuntungan pada perusahaan. Sedangkan dalam penelitian ini kegiatan penilaian yang dilakukan oleh agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota terhadap calon nasabah adalah berdasarkan atas kemampuan keuangan calon nasabah yang dilihat dari tingkat penghasilan calon nasabah.

### **2.2.2 Pendekatan Awal (*pre approach*)**

Setelah memperoleh nama-nama calon pembeli potensial yang memenuhi kualifikasi yang telah ditentukan maka tahap selanjutnya yang dilakukan tenaga penjualan adalah memperoleh informasi mengenai prospek yang akan didekati dengan melakukan pendekatan awal. Pendekatan awal merupakan tahap dalam proses *personal selling* dimana tenaga penjualan mempelajari sebanyak mungkin mengenai seorang pelanggan yang prospektif sebelum melakukan kunjungan penjualan. Informasi itu berupa apa yang menjadi kebutuhan calon konsumen, siapa yang terlibat dalam pembelian, serta karakteristik calon pembeli Kotler dan Armstrong (2001:225). Sedangkan Swastha dan Irawan (2002:412) menyatakan bahwa pendekatan pendahuluan dilakukan tenaga penjualan dengan mempelajari semua masalah tentang individu atau perusahaan yang dapat diharapkan sebagai pembeli, seperti produk dan merek apa yang sedang mereka gunakan dan bagaimana reaksinya, kebiasaan dan kesukaan pembeli. Lebih lanjut Churchill, Ford dan Walker (dalam Sutisna, 2003:317) menyatakan bahwa dalam pendekatan awal terhadap konsumen prospektif tenaga penjualan lebih menekankan pada dua hal sebagai berikut:

- (1) Menentukan siapa dalam organisasi yang akan didatangi mempunyai pengaruh dan otoritas untuk melakukan pembelian suatu produk.
- (2) Memperoleh cukup perhatian dari perusahaan untuk memperoleh informasi yang diperlukan mengenai prospek.

Berdasarkan hal tersebut pada tahap ini tenaga penjualan berusaha memperoleh informasi mengenai diri prospek selengkapnya. Informasi yang telah diperoleh digunakan untuk melakukan pendekatan sebenarnya. Tenaga penjualan dapat menentukan langkah selanjutnya untuk melakukan pendekatan terhadap

calon konsumen yang akan didekati dengan mempelajari informasi yang telah diperoleh. Sedangkan pendekatan awal yang telah dilakukan oleh agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota terhadap calon nasabah dilakukan untuk memperoleh informasi tentang siapa pengambil keputusan pembelian dari calon nasabah dan produk asuransi jiwa standar apa yang dibutuhkan calon nasabah ?.

### 2.2.3 Pendekatan (*Approach*)

Berbagai informasi tentang calon pembeli potensial yang telah diperoleh digunakan sebagai bekal tenaga penjualan untuk melakukan pendekatan. Kotler (dalam Sutanto, 2001:919) menyatakan bahwa dalam melakukan pendekatan seorang tenaga penjualan harus mengetahui bagaimana menyapa pembeli guna membina awal hubungan yang baik, antara lain dengan menjaga penampilan, menggunakan kalimat pembukaan yang positif, menunjukkan kesopanan pada pembeli dan menghindari perilaku negatif yang menarik perhatian. Sedangkan, Alma (2000:68-69) menyatakan bahwa pada dasarnya tujuan utama dari suatu pendekatan adalah untuk mengenali calon pembeli. Adapun cara- cara yang dapat dilakukan oleh tenaga penjualan untuk mengadakan pendekatan terhadap calon pembeli adalah: (a). dengan memberi salam ; (b). menunggu sejenak; (c). pendekatan dagang; (d). menarik perhatian.

Berdasarkan hal tersebut pada tahap ini mencerminkan bahwa tenaga penjualan telah melakukan awal komunikasi dan berhadapan langsung dengan calon konsumen. Selain itu juga merupakan titik awal dari tenaga penjualan dalam upaya memberi kesan yang positif pada calon konsumen untuk meyakinkannya membeli produk- produk perusahaan. Sedangkan dalam penelitian ini, pendekatan yang dilakukan oleh agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota untuk memikat calon nasabah yang ditemuinya dengan berpenampilan diri yang rapi, serta menggunakan kalimat pembukaan yang positif dengan bersikap ramah.

#### 2.2.4 Presentasi Penjualan (*presentation*)

Setelah melakukan pendekatan, maka tahap selanjutnya yang dilakukan oleh tenaga penjualan adalah melakukan presentasi penjualan. Presentasi merupakan langkah dalam proses *personal selling* dimana tenaga penjualan menceritakan riwayat tentang produk kepada pembeli, menunjukkan bahwa suatu produk akan menghasilkan atau menghemat uang bagi pembeli (Kotler dan Armstrong, 2001:226). Sedangkan Winardi (1992:203) mengemukakan bahwa presentasi penjualan merupakan suatu kesempatan bagi penjual untuk menceritakan perusahaan, untuk memproyeksikan citranya dan menghubungkan produk- produknya atau servis-servisnya dengan kebutuhan pembeli. Lebih lanjut Churchill, Ford dan Walker (dalam Sutisna,2003:318) menyatakan bahwa presentasi penjualan adalah inti dari proses penjualan dimana tenaga penjualan memberikan informasi mengenai produk atau jasa dengan disertai persuasi kepada konsumen prospektif untuk dijadikan pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut pada kegiatan presentasi inilah tenaga penjualan dapat menunjukkan ciri-ciri dan manfaat dari produk yang ditawarkan termasuk didalamnya keuntungan-keuntungan atau kelebihan-kelebihan dari produk tersebut. Tenaga penjualan harus mampu meyakinkan konsumen bahwa produk yang ditawarkan jauh lebih baik daripada pesaing, dengan memberikan contoh-contoh tentang reaksi dan kepuasan pembelian lain sehubungan dengan penggunaan produk yang bersangkutan. Dalam penelitian ini, kegiatan presentasi penjualan yang dilakukan agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota dengan pemberian penjelasan secara rinci mengenai karakteristik dan manfaat dari produk asuransi jiwa standar serta kelebihan-kelebihan yang dimiliki produk asuransi jiwa standar pada calon nasabah.

#### 2.2.5 Mengatasi Keberatan (*Handling Objection*)

Calon pembeli hampir selalu mengajukan keberatan-keberatan selama tenaga penjualan melakukan presentasi. Keberatan-keberatan itu dapat berupa pertanyaan, keluhan, celaan, dan penolakan untuk membeli. Untuk itu tenaga penjualan harus mampu mengatasi keberatan-keberatan yang diajukan calon

pembeli tersebut. Mengatasi keberatan merupakan tahap dalam proses *personal selling* dimana tenaga penjualan melakukan penyelidikan, pengklarifikasian, dan mengatasi penolakan pelanggan untuk membeli (Kotler dan Armstrong, 2001:227)

Sedangkan menurut Alma (2000:75) menyatakan bahwa untuk mengatasi keberatan-keberatan dari pembeli tenaga penjualan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Mengetahui lebih dulu, berupa apa saja keberatan yang diajukan calon pembeli.
2. Mendengarkan dengan baik segala keberatan yang diajukan, dengan tidak memotong pembicaraan calon pembeli, dan menjauhkan diri dari pertengkaran.
3. Mengulangi keberatan yang dikemukakan calon pembeli secara berlahan-lahan dan memberikan keyakinan bahwa segala keberatan dapat diatasi

Berdasarkan hal tersebut, setelah presentasi penjualan dilakukan bukan berarti terjadi kesepakatan penjualan antara tenaga penjual dengan calon konsumen. Tenaga penjualan harus mampu menjawab segala persoalan yang disampaikan, kemudian mengatasi keberatan-keberatan yang disampaikan oleh calon konsumen serta mencari jalan keluarnya. Dalam penelitian ini agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional jember kota dalam mengatasi keberatan yang diajukan calon nasabah dengan cara menyelidiki, mengklarifikasi, dan mengatasi penolakan pembelian produk asuransi jiwa standar.

#### 2.2.6 Menutup Penjualan (*Closing*)

Tahap penutupan penjualan bagi tenaga penjualan merupakan tujuan utama yang harus dicapai dari serangkaian kegiatan yang ada dalam proses *personal selling*. Hasil akhir yang diharapkan dari keseluruhan tahapan yang dilalui tenaga penjualan adalah terjadinya pembelian produk yang ditawarkan pada tahap penutupan penjualan.

Menutup penjualan merupakan tahap dalam proses *personal selling* dimana tenaga penjualan menanyakan produk apa yang akan dibeli oleh calon pembeli potensial (Kotler dan Armstrong, 2001:270). Sedangkan menurut Sutisna (2003:319) menyatakan bahwa menutup penjualan merupakan perolehan

kesepakatan akhir antara tenaga penjualan dan calon konsumen untuk melakukan pembelian. Berdasarkan hal tersebut bahwa dalam kegiatan penutupan penjualan tenaga penjualan menanyakan kepada calon konsumen tentang produk apa yang hendak dibeli dimana calon konsumen tersebut sudah memiliki keputusan untuk membeli. Dalam penelitian ini, kegiatan penutupan penjualan yang dilakukan agen AJB Bumiputera 1912 kantor Operasional Jember Kota dengan menanyakan tentang produk asuransi jiwa standar apa yang dibeli oleh calon nasabah.

### 2.2.7 Tindak Lanjut Penjualan (*Follow-up*)

Setelah transaksi penjualan berakhir, maka tahap selanjutnya adalah menindaklanjuti dari masing-masing penjualan. Menurut Winardi (1992:204) mendefinisikan tindak lanjut penjualan merupakan bagian dari situasi penjualan guna mengetahui ada tidaknya kemungkinan untuk melanjutkan "*business*" (kerja sama perdagangan) serta untuk mengulangi kegiatan penjualan. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2001:227) mendefinisikan tindak lanjut penjualan merupakan langkah dalam proses *personal selling* dimana tenaga penjualan melakukan tindak lanjut setelah penjualan untuk memastikan kepuasan pelanggan dan mengulangi bisnis.

Lebih lanjut Churchill, Ford dan Walker (dalam Sutisna, 2003:319) menyatakan bahwa tugas tenaga penjualan belum selesai ketika keputusan pembelian dilakukan oleh konsumen, banyak jenis pelayanan dan bantuan yang harus diberikan setelah penjualan kepada konsumen agar konsumen puas dan melakukan tindakan pembelian ulang. Berdasarkan hal tersebut, hasil kegiatan ini adalah dapat menghasilkan suatu bentuk hubungan yang bersifat erat atau terus-menerus antara tenaga penjualan dengan pembeli, karena walaupun proses transaksi sudah terjadi, antara pembeli atau penjual masih terdapat suatu jalinan komunikasi yang bersifat bisnis maupun non bisnis. Kegiatan ini juga memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian ulang produk perusahaan. Dalam penelitian ini, tindak lanjut penjualan yang dilakukan oleh agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota setelah terjadi penjualan adalah dengan mengunjungi nasabah untuk mengetahui tingkat kepuasan atau

keluhan atas pembelian produk asuransi jiwa standar serta melakukan penawaran ulang untuk produk asuransi jiwa standar yang lain.

### **2.3 Landasan Teori tentang Volume Penjualan**

Suatu perusahaan pada umumnya didirikan dengan tujuan pokok untuk mencapai keuntungan yang maksimal, melalui peningkatan volume penjualan produknya. Hal tersebut dapat tercapai apabila barang yang diproduksi dapat diterima dan dijual di pasaran. Salah satu usaha untuk meraih keuntungan tersebut adalah dengan menetapkan target penjualan berdasarkan kemampuan perusahaan dan berusaha untuk meningkatkan volume penjualannya. Target penjualan (quota penjualan) adalah standar yang menyatakan berapa jumlah penjualan yang harus dicapai dan dari produk apa saja (Kotler dan Armstrong, 2001:217).

Berdasarkan hal tersebut target penjualan merupakan ukuran atau perkiraan total penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan untuk menjual produknya pada konsumen. Target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan harus didasarkan pada kondisi internal dan eksternal perusahaan. Target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan mendorong manager penjualan dan tenaga penjualan mengusahakan yang terbaik untuk mencapainya bahkan kalau mampu melebihinya. AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota juga menetapkan target perolehan premi pertama perusahaan dalam rangka mencapai volume penjualan yang menguntungkan. Target perolehan premi pertama yang telah ditetapkan mendorong masing-masing agen asuransi untuk mencapainya dalam rangka meningkatkan perolehan premi pertama perusahaan.

Perusahaan berusaha untuk meningkatkan volume penjualannya dan berusaha untuk mengejar target penjualan yang ditetapkan. Mengenai definisi volume penjualan Swastha (1989:99) mengatakan bahwa volume penjualan merupakan estimasi realistis penjualan dalam bentuk rupiah atau unit yang dicapai oleh perusahaan dalam periode tertentu dengan memperhatikan rencana pemasaran dan lingkungan ekstern yang terantisipasi. Sedangkan Radiosunu (1983:67) mendefinisikan volume penjualan merupakan volume total yang dibeli oleh sekelompok pembeli didaerah geografis tertentu, selama jangka waktu

tertentu di lingkungan pemasaran tertentu dan dibawah program pemasaran tertentu. Lebih lanjut Winardi (1989:306) mengemukakan bahwa volume penjualan merupakan jumlah barang yang terjual selama jangka waktu tertentu biasanya satu tahun. Berdasarkan pendapat diatas bahwa volume penjualan adalah total produk yang terjual yang dapat dinyatakan dalam bentuk rupiah atau unit selama jangka waktu tertentu biasanya satu tahun.

AJB Bumiputera 1912 kantor Operasional Jember Kota merupakan perusahaan jasa asuransi jiwa yang menawarkan jasa perlindungan (proteksi) yang bersifat tidak kentara, untuk menunjukkan kentara diwujudkan dalam bentuk polis. Volume penjualan dapat diukur dari berapa jumlah lembar polis asuransi jiwa standar yang telah terjual. Selain itu volume penjualan dapat dinyatakan dalam rupiah dari hasil pembayaran premi pertama, premi lanjutan dan uang pertanggungan yang dibayar oleh nasabah selama satu tahun. Dalam penelitian ini peneliti hanya membatasi volume penjualan yang dilihat dari penerimaan premi pertama selama tahun 2003.

#### **2.4 Landasan Teori Pengaruh Pelaksanaan *Personal Selling* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan**

*Personal selling* merupakan salah satu bauran promosi yang dilaksanakan oleh perusahaan untuk mencapai salah satu tujuan perusahaan, yaitu mendapatkan laba yang maksimal melalui peningkatan penjualan produknya. Hal ini dikarenakan dalam proses *personal selling* tenaga penjualan mengkomunikasikan produk-produk perusahaan beserta kelebihan-kelebihannya dengan disertai persuasi secara langsung kepada calon konsumen potensial untuk melakukan tindakan pembelian. Menurut Sutisna (2003:315) mengatakan bahwa penggunaan *personal selling* sebagai alat promosi tidak hanya bertujuan untuk berkomunikasi saja yang menghasilkan tingkat *awareness* dari konsumen, tetapi yang paling penting dari *personal selling* adalah untuk menciptakan penjualan. Sedangkan Winardi (1989:451) menyatakan bahwa tujuan dari pemasaran adalah memperbesar volume penjualan yang menguntungkan perusahaan dengan jalan

menawarkan pemuas kebutuhan kepada pasar dalam jangka panjang dan *personal selling* merupakan salah satu metode promosi untuk mencapainya.

Berdasarkan hal tersebut, *personal selling* sebagai alat promosi yang bertujuan mempengaruhi kesadaran konsumen untuk membeli produk perusahaan, jika dilaksanakan dengan baik akan dapat menciptakan penjualan yang pada akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan produk perusahaan. Dalam penelitian ini AJB Bumiputera 1912 kantor Operasional Jember Kota melaksanakan program promosi *personal selling* sebagai program promosi utama untuk menginformasikan produk asuransi jiwa standar kepada calon nasabah dengan tujuan dapat menciptakan penjualan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan produk asuransi jiwa standar.

## 2.5 Hipotesis penelitian

Hipotesis merupakan jawaban yang sifatnya sementara dan masih perlu dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan permasalahan dalam penelitian dan teori yang sudah dirumuskan, maka hipotesis yang penulis ajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Diduga ada pengaruh yang signifikan dari pelaksanaan *personal selling* terhadap peningkatan volume penjualan produk asuransi jiwa standar pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota tahun 2003.



### BAB III

#### METODE PENELITIAN

Bab ini akan membicarakan tentang metode dalam melakukan penelitian yang meliputi rancangan penelitian, definisi operasional variabel, penentuan lokasi penelitian, penentuan responden, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan metode analisis data.

#### 3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan rancangan menyeluruh tentang sederetan cara kerja dari suatu penelitian yang akan dilaksanakan dan akan menjadi pedoman dalam melaksanakan penelitian. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area*, sedangkan sampel penelitian peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk mengumpulkan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan keadaan lokasi penelitian dengan cara menginterpretasikan hasil tabulasi dengan harapan dapat mendukung analisis penelitian. Sedangkan analisis data secara inferensial menggunakan persamaan regresi linier sederhana.

#### 3.2 Definisi Operasional Variabel

##### Variabel bebas (X)

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *personal selling*.

Adapun yang dimaksud *personal selling* dalam penelitian ini adalah kegiatan promosi yang dilakukan secara langsung dengan cara bertatap muka antara AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Jember Kota yang di wakili oleh agen asuransi dengan calon nasabah untuk menginformasikan produk asuransi jiwa standar yang bertujuan untuk menciptakan penjualan. Indikator *personal*

*selling*: terdiri dari mencari dan menilai calon nasabah, pendekatan awal, pendekatan, mengatasi keberatan, menutup penjualan, dan tindak lanjut penjualan.

Produk asuransi jiwa standar adalah produk asuransi perseorangan yang di produksi oleh AJB Bumiputra 1912 dirancang bagi pribadi yang sadar akan perlindungan terhadap diri dan orang-orang terdekat yang sekaligus memberikan nilai investasi.

### **Variabel Terikat (Y)**

Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah volume penjualan. Volume penjualan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah volume (jumlah) total produk asuransi jiwa standar yang terjual oleh pihak AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Jember Kota dalam bentuk rupiah pada tahun 2003. Sedangkan cara pengukuran volume penjualan adalah jumlah total produk asuransi jiwa standar yang terjual oleh agen asuransi yaitu meliputi perhitungan jumlah rupiah (penerimaan premi pertama) yang diperoleh dari penjualan produk asuransi jiwa standart selama tahun 2003.

Premi pertama adalah uang yang dibayar pertama kali ketika menjadi nasabah asuransi (pemegang polis) AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Jember Kota.

### **3.3 Metode Penentuan Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat peneliti melakukan kegiatan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive area*, yaitu ditentukan dengan sengaja sesuai dengan tujuan penelitian. Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Jember Kota. Tempat tersebut dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Jember Kota merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa asuransi jiwa, menggunakan *personal selling* sebagai alat promosi utama yang dilaksanakan agen asuransi dalam rangka meningkatkan volume penjualan produk asuransi jiwa standar, selain itu lokasi tersebut mudah dijangkau dari tempat tinggal peneliti sehingga memudahkan untuk mencari data-data yang dibutuhkan oleh peneliti.

### 3.4 Metode Penentuan Responden

Metode penentuan responden adalah suatu cara untuk menentukan siapa yang akan diteliti dan berapa jumlah yang akan diteliti. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah agen asuransi AJB Bumi Putra 1912 kantor operasional Jember kota yang berjumlah 58 orang. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah metode *purposive sampling* yaitu anggota sampel dipilih secara khusus dikaitkan dengan tujuan penelitian.

Menurut Singarimbun dan Effendy (1995:171) bahwa sampel yang tergolong besar yang distribusinya minimal adalah sampel yang jumlahnya  $> 30$  kasus. Berdasarkan pendapat tersebut maka jumlah sampel yang peneliti ambil sebesar 32 orang agen asuransi, dengan kriteria agen asuransi yang mempunyai masa kerja  $\geq 1$  tahun. Sampai akhir tahun 2003 jumlah agen asuransi ada 58 orang, karena ada agen yang memiliki masa kerja belum genap 1 tahun sedangkan penelitian ini jangka waktunya mengambil 1 tahun, untuk itu kriteria responden dalam penelitian ini adalah mereka yang sudah bekerja minimal 1 tahun.

### 3.5 Jenis dan Sumber Data

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh dari angket yang diberikan kepada responden yaitu agen asuransi AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Jember kota. Angket ini berisi tentang pelaksanaan *personal selling* dan volume penjualan selama tahun 2003 oleh agen asuransi.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pimpinan operasional, pegawai administrasi serta dokumen dari AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Jember Kota yang digunakan sebagai data pelengkap dalam melakukan penelitian.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data memiliki manfaat besar dalam proses penelitian, sebab pengumpulan data yang tepat merupakan salah satu jaminan keberhasilan suatu penelitian khususnya dalam mengambil suatu kesimpulan.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, angket dan dokumentasi.

### **3.6.1 Metode Observasi**

Metode observasi adalah suatu cara pengumpulan data atau informasi dengan jalan mengamati dan mencatat secara langsung dan sistimatis terhadap obyek yang akan diteliti. Metode observasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengamati kegiatan agen asuransi AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Jember Kota dalam melaksanakan program promosi *personal selling*.

### **3.6.2 Metode Wawancara**

Metode wawancara digunakan untuk mendapatkan keterangan lebih lanjut, baik hal-hal yang berkaitan dengan angket maupun data-data penunjang lainnya yang dilakukan dengan cara bertanya langsung pada pimpinan operasional, bagian administrasi. Metode ini digunakan untuk melakukan *cross-check* terhadap jawaban yang diberikan oleh responden melalui angket. Informasi yang akan diraih adalah: daerah pemasaran, penjelasan pelaksanaan *personal selling*, macam-macam produk asuransi jiwa yang dipasarkan.

### **3.6.3 Metode Angket**

Metode angket digunakan untuk memperoleh informasi secara lengkap dari responden tentang hal-hal yang diketahui berkaitan dengan data-data yang diperlukan dalam suatu penelitian. Adapun angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup. Metode angket digunakan untuk mendapatkan data tentang pelaksanaan *personal selling* dan volume penjualan oleh agen asuransi.

### **3.6.4 Metode Dokumentasi**

Metode dokumentasi dimaksudkan untuk memperoleh data yang berasal dari surat-surat atau bukti-bukti tertulis yang ada di tempat penelitian. Metode dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data yang berupa: sejarah berdirinya perusahaan, daftar nama dan jumlah agen asuransi, macam-macam produk asuransi jiwa standar dan denah lokasi perusahaan.

### **3.7 Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

Setelah data-data yang diperlukan telah terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah mengolah data untuk menjadi data yang siap dianalisis meliputi tiga langkah yaitu editing, skoring dan tabulasi.

#### **3.7.1 Editing**

Editing dalam penelitian ini berguna untuk mendapatkan data yang lengkap dan akurat dari para responden. Pengertian editing menurut Djaja (2002:29) adalah meneliti kembali catatan para pencari data untuk mengetahui apakah catatan itu cukup baik dan dapat segera disiapkan untuk proses berikutnya. Editing merupakan langkah yang pertama kali terhadap data yang telah dipersiapkan yaitu dengan cara melakukan pengecekan terhadap data yang akan disajikan dan memperbaiki kembali data yang telah terkumpul melalui pengisian angket penelitian. Bila ada angket yang belum terisi atau pengisiannya tidak sesuai dengan petunjuk maka data tersebut diperbaiki dengan meminta responden untuk mengisi angket baru.

#### **3.7.2 Skoring**

Setelah dilakukan proses editing terhadap data yang diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah melakukan skoring. Skoring merupakan kegiatan memberikan skor tertentu terhadap data yang telah diberi kode pada angket yang telah disebarkan terhadap responden pada angket tertutup jawaban telah tersedia sehingga responden tinggal memilih salah satu jawaban yang dianggap paling sesuai. Dalam penelitian ini, kriteria yang digunakan dalam melakukan skoring adalah sebagai berikut:

1. Jawaban a diberi skor 3
2. Jawaban b diberi skor 2
3. Jawaban c diberi skor 1

#### **3.7.3 Tabulasi**

Tahap berikutnya setelah melakukan skoring adalah melakukan tabulasi. Menurut Djaja (2002:29) tabulasi adalah proses perhitungan frekuensi jawaban yang telah dipilih oleh responden terhadap options pertanyaan yang diberikan

kepada responden yang ditulis dalam tabel. Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa tabulasi merupakan proses memasukkan skor tertentu ke dalam tabel yang telah disiapkan sesuai dengan kriteria tertentu. Hal ini dilakukan supaya data yang diperoleh dari penyebaran angket kepada responden dapat dengan mudah dibaca dan dipahami. Melalui tabulasi ini dapat di peroleh nilai variabel bebas (X) dari responden dan variabel terikat (Y) dari dokumen perusahaan sehingga mudah untuk dianalisis.

### 3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, dan analisis inferensial dengan menggunakan rumus persamaan regresi linier sederhana.

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk menggambarkan keadaan lapangan secara deskriptif dengan menginterpretasikan hasil tabulasi data dengan harapan akan dapat mendukung hasil analisis penelitian, sehingga dapat menggambarkan secara lebih terperinci mengenai hasil penelitian.

#### 3.8.2 Analisis Inferensial

Analisis ini merupakan analisis statistik dengan menggunakan rumus statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan oleh peneliti.

##### a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana ini digunakan untuk mencari persamaan garis regresi dan untuk menggambarkan pengaruh *personal selling* terhadap peningkatan volume penjualan yaitu berupa garis lurus/linier yang disebut garis regresi. Bentuk persamaan garis tersebut adalah:

$$\hat{Y} = a + bX$$

(Usman, 2000:216)

Keterangan :  $\hat{Y}$  = Volume penjualan  
 $X$  = Personal Selling  
 $a$  = Bilangan konstanta  
 $b$  = Koefisien arah regresi linier

### b. Analisis Varian Garis Regresi

Untuk menguji signifikansi garis regresi, dengan rumus sebagai berikut:

$$R_y = \sqrt{\frac{b \sum XY}{\sum Y^2}}$$

(Usman, 2000:242)

Keterangan:  $R_y$  = Koefisien regresi antara kriterium dengan prediktor

$\sum xy$  = Total variabel xy

$\sum y^2$  = Total kuadrat y

### c. Uji F

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *personal seling* (X) terhadap peningkatan volume penjualan (Y) menggunakan uji F dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{reg} = \frac{R^2(N - m - 1)}{m(1 - R^2)} \quad (\text{Usman, 2000:245})$$

Keterangan:  $F_{reg}$  = Harga garis regresi  
 $m$  = Banyaknya prediktor  
 $N$  = Banyaknya anggota sampel  
 $R^2$  = Koefisien determinasi

Keterangan:

Jika  $F_{reg} \geq F_{tabel}$  (5%) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti ada pengaruh X terhadap Y

Jika  $F_{reg} \leq F_{tabel}$  (5%), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti tidak ada pengaruh X terhadap Y

Untuk mengolah data dan menganalisis data yang diperoleh digunakan program SPSS (*Statistical Program for Sosial Science*) for Windows 10.0.

**BAB IV****HASIL DAN PEMBAHASAN****4.1 Data Pelengkap****4.1.1 Sejarah Berdirinya AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota**

Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 merupakan asuransi jiwa nasional pertama dan tertua di Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 12 Februari 1912 di Magelang Jawa Tengah dengan nama Onderlinge Levensverzekering Mij. Perserikatan Guru Hindia Belanda atau disingkat OLMIJ PGHB. Pendirinya ada lima orang yaitu Dwidjosewojo, MKH Soebroto, M. Adimidjojo, M Darmowidjojo, R Soepadmo yang sekaligus sebagai pemegang polis pertama.

Adapun modal awal perusahaan diperoleh dari pembayaran premi pertama dari lima orang pendiri perusahaan dengan catatan santunan tidak akan diberikan kepada ahli waris pemegang polis yang meninggal sebelum polisnya berjalan selama tiga tahun penuh. AJB Bumiputera 1912 pada awalnya hanya melayani para guru sekolah Hindia Belanda tetapi kemudian berkembang untuk umum berganti nama menjadi OLMJ Boemipoetera 1912 dan akhirnya sekarang bernama Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 atau AJB BP 1912. Adapun bentuk badan hukumnya adalah asuransi jiwa bersama (mutual) yang artinya pemilik usaha adalah para anggota yaitu para pemegang polis itu sendiri.

AJB Bumiputera 1912 pada tahun 1912 pindah ke Yogyakarta kemudian pada tahun 1958 pindah ke Jakarta hingga sekarang dan merupakan kantor pusat perusahaan. Begitu juga dengan AJB Bumiputera 1912 Jember pada awalnya berlokasi di jalan R.A Kartini No. 27, sebagai pimpinan adalah Bapak Rajiman dan status dari perusahaan adalah kantor inspektorat dan masuk kantor cabang Malang. Tahun 1976 AJB Bumiputera 1912 Jember pindah ke jalan Untung Suropati No. 75 dengan status masih kantor inspektorat. Saat itu kondisi perusahaan masih sangat terbatas, sehingga operasional perusahaan juga sangat terbatas. Pada tanggal 12 Februari 1983 dibawah pimpinan bapak Lilik Supeno

AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember pindah lokasi ke jalan A. Yani No. 81 sampai sekarang dengan nama AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota. Pemilihan lokasi tersebut berdasarkan peraturan yang telah ditetapkan bahwa setiap kantor cabang maupun kantor operasional yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia harus memilih lokasi di jalan protokol dengan maksud lebih dapat dikenal masyarakat.

#### 4.1.2 Wilayah Pemasaran

AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota dalam memasarkan produk-produknya tidak terlepas dari kegiatan perorganisasian daerah penjualan. Agen asuransi terbagi dalam 12 unit daerah pemasaran dan masing-masing unit daerah pemasaran dikelola seorang agen koordinator (supervisor) sesuai dengan daerah kecamatan, desa atau dusun yang ada dalam unit tersebut.

Adapun 12 unit pemasaran tersebut antara lain:

1. Unit I : Mangli dengan kode unit MKH
2. Unit II : Gebang dengan kode unit MKI
3. Unit III : Kaliwates dengan kode unit JN1
4. Unit IV : Sumpersari dengan kode unit JN2
5. Unit V : Patrang dengan kode unit MCE
6. Unit VI : Pakusari dengan kode unit MAN
7. Unit VII : Kaliwates (Pertokoan & Perkantoran) dengan kode JN208)
8. Unit VIII : Mayang dengan kode unit MKG
9. Unit IX : Kalisat dengan kode Unit MKF
10. Unit X : Sukowono dengan kode unit MOI
11. Unit XI : Silo dengan kode unit MOH
12. Unit XII : Arjasa dengan kode unit MCG

Sumber: Pimpinan Operasional AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota

Tiap-tiap unit yang berada dalam kota maupun daerah kecamatan, desa dan dusun untuk memasarkan produk sebanyak mungkin dan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada calon pemegang polis. Meskipun tiap agen memiliki wilayah yang telah menjadi pasar sasaran, namun perusahaan tetap memberikan kesempatan kepada mereka untuk mencari calon nasabah diluar wilayahnya.

#### **4.1.3 Produk Asuransi Jiwa Standar pada AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Jember Kota**

Jenis asuransi jiwa yang ditawarkan pada masyarakat Jember oleh AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota adalah asuransi jiwa standar. Adapun yang dimaksud dengan asuransi jiwa standar adalah asuransi perseorangan yang diproduksi oleh AJB Bumiputera 1912 dirancang bagi pribadi yang sadar akan perlindungan terhadap diri sendiri dan orang-orang terdekat yang sekaligus memberikan nilai investasi. Asuransi perseorangan ini mempunyai uang pertanggungan minimal RP.10.000.000. Adapun jangka waktu pembayarannya dapat dilakukan secara bulanan, triwulan, semesteran, tahunan maupun sekaligus.

Produk asuransi jiwa standar ditawarkan dengan perhitungan rupiah maupun standar \$. Perhitungan rupiah berarti semua pembayaran premi atas polis asuransinya dilakukan dengan menggunakan mata uang rupiah sesuai jumlah nominal yang tercantum dalam kuintansi premi. Untuk mata uang rupiah diberi kode 1, sedangkan untuk asuransi jiwa yang ditawarkan dengan perhitungan standar dollar berarti semua pembayaran premi dilakukan dengan menggunakan mata uang rupiah dengan cara jumlah premi yang harus dibayar dalam standar dollar dikalikan dengan nilai rupiah untuk 1 standar \$ dan diberi kode 2.

Macam-macam produk asuransi jiwa standar:

a. Asuransi Dana Bahagia (D5)

Program asuransi jiwa ini dirancang dengan uang pertanggungan yang selalu meningkat sebesar 10% setiap tahun, dengan masa pembayaran premi lebih pendek 2 tahun dibanding dengan masa asuransi. Manfaat dari produk asuransi jiwa ini adalah:

- 1) Jika tertanggung masih hidup sampai masa akhir asuransi, kepada pemegang polis akan dibayarkan uang pertanggungan yang telah meningkat sebesar 10% setiap tahun dari uang pertanggungan pada tahun sebelumnya.
- 2) Jika tertanggung meninggal dunia dalam masa pembayaran premi sejumlah uang pertanggungan yang telah meningkat sebesar 10% tiap tahun akan dibayarkan kepada yang ditunjuk dan asuransinya berakhir.
- 3) Jika tertanggung meninggal dunia dalam masa asuransi sesudah masa pembayaran premi berakhir (dalam masa 2 tahun, bebas premi) kepada yang ditunjuk akan dibayarkan santunan sebesar uang pertanggungan yang telah meningkat, ditambah lagi harga tunai dan asuransinya berakhir.

Asuransi ini mendapat bonus sesuai dengan ketentuan. Masa asuransi minimal 7 tahun dan maksimal 15 tahun. Masa pembayaran premi kurang 2 tahun dari masa asuransi.

b. Asuransi Beasiswa Berencana (D6)

Program asuransi jiwa ini dirancang untuk memberikan proteksi biaya pendidikan bagi putra-putri tertanggung mulai dari Sekolah Dasar (SD) sampai Perguruan Tinggi (PT). Manfaat dari produk asuransi ini adalah:

- 1) Jika tertanggung masih hidup sampai masa akhir asuransi, kepada yang ditunjuk (putra-putri) akan dibayarkan dana kelangsungan belajar sebagaimana tabel 3 berikut:

**Tabel 2 Pembayaran Dana Kelangsungan Belajar**

Umur anak saat asuransi mulai	Dana Kelangsungan Belajar			
	6 th	12 th	15 th	18 th
1-4	10% UP	20% UP	30% UP	100% UP
5-10	-	20% UP	30% UP	100% UP
11-13	-	-	30% UP	100% UP
14-16	-	-	-	100% UP

Sumber: Dokumen AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota Tahun 2003

- 2) Pada saat anak yang ditunjuk mencapai umur 18 tahun, selain menerima tunai sebesar 100% UP, kepada yang ditunjuk akan dibayarkan pula beasiswa 40 % UP yang dibayarkan sekaligus atau secara berkala.

3) Bila terjadi risiko meninggal dunia tertanggung dalam masa asuransi maka:

- a) Kepada yang ditunjuk dibayarkan 100% UP
- b) Polis menjadi bebas premi
- c) Dana kelangsungan belajar dan beasiswa tetap akan dibayarkan

Asuransi ini mendapat bonus sesuai dengan ketentuan. Masa asuransi minimal 2 tahun dan maksimal 17 tahun. Masa pembayaran premi sama dengan masa asuransi.

c. Asuransi Swadana (PI)

Program asuransi jiwa ini dirancang khusus untuk memberikan proteksi seumur hidup dan sekaligus memiliki nilai investasi dari nilai tabungan hari tua serta sebagai warisan. Manfaat dari produk asuransi ini adalah:

- 1) Jika tertanggung masih hidup sampai dengan berakhirnya masa pembayaran premi kepada pemegang polis dibayarkan:
  - a) Jika tertanggung yang naik 10 % dari uang pertanggungan tahun sebelumnya dimulai pada tahun kedua sampai dengan tahun berakhirnya masa pembayaran premi.
  - b) Pada waktu tertanggung meninggal dunia setelah masa pembayaran premi, kepada yang ditunjuk akan diberikan santunan sebesar seluruh premi dasar yang diterima oleh AJB Bumiputera 1912.
- 2) Jika tertanggung meninggal dunia sebelum masa pembayaran premi berakhir kepada yang ditunjuk akan diberikan santunan:
  - a) Uang pertanggungan yang naik 10% dari uang pertanggungan tahun sebelumnya dimulai pada tahun kedua dengan tahun tertanggung meninggal dunia.
  - b) Seluruh uang premi dasar yang telah diterima oleh AJB bumiputera 1912.
- 3) Apabila tertanggung mencapai usia 80 tahun, kepada pemegang polis diberikan kesempatan/boleh mengambil seluruh premi dasar yang telah diterima AJB Bumiputera 1912

- 4) Apabila kesempatan pada point 3) tersebut diatas dimanfaatkan maka perjanjian asuransi berakhir dengan sendirinya.

Asuransi ini mendapat bonus sesuai ketentuan. Masa asuransi minimal 5 tahun dan maksimal 20 tahun. Masa pembayaran premi sama dengan masa asuransi sebelumnya.

d. Asuransi Eka Waktu Ideal (ZI)

Program asuransi ini dirancang untuk penanggulangan risiko keuangan sebagai akibat meninggalnya tertanggung dan untuk penyediaan dan tabungan hari tua berupa pengembalian premi. Manfaat produk asuransi jiwa ini adalah:

- 1) Jika tertanggung hidup sampai akhir masa asuransi, kepada pemegang polis akan dibayarkan semua premi dasar yang telah disetor ditambah *reversionary bonus* (bonus pengembalian investasi).
- 2) Jika tertanggung meninggal dunia dalam masa asuransi dan premi sudah dibayar sampai saat meninggal, kepada ahli walis yang ditunjuk akan dibayarkan uang pertanggungan ditambah *reversionary bonus*.

Masa asuransi ini minimal 5 tahun, maksimal 20 tahun. Masa pemabayaran premi sama dengan masa asuransi.

e. Asuransi Dwiguna Prima (DP)

Program asuransi ini dirancang untuk menjamin tersedianya dana di hari tua dan warisan bagi keluarga. Manfaat dari produk asuransi jiwa ini adalah:

- 1) Jika tertanggung meninggal dunia dalam masa asuransi kepada yang ditunjuk dibayarkan:
  - a) Santunan sebesar uang pertanggungan yang tercantum dalam polis.
  - b) Khusus untuk polis yang preminya dibayar secara sekaligus berdasarkan premi tahunan, santunan sebagaimana disebut dalam butir 1) a ditambah dengan pembayaran *premium defosit* (bonus simpanan) yang besarnya sesuai tabel premium defosit.
- 3) Jika tertanggung hidup sampai akhir masa asuransi, kepada pemegang polis dibayarkan jaminan sebesar uang pertanggungan.

Pembagian laba pada produk asuransi jiwa ini sesuai dengan syarat umum polis. Masa observasi polis tanpa pemeriksaan kesehatan (*non medical*) adalah 2

tahun. Cara pembayaran premi dapat berupa tahunan, semesteran, triwulan, atau sekaligus berdasarkan premi tahunan.

f. Asuransi Tahapan Prima (DP)

Program asuransi jiwa ini memberikan manfaat secara bertahap kepada pemegang polis dan sebagai warisan bagi keluarga yang anda cintai. Manfaat produk asuransi ini adalah:

- 1) Selama bertanggung masih hidup dalam masa asuransi, pemegang polis akan menerima benefit (keuntungan) secara bertahap yang besarnya sesuai dengan prosentase terhadap uang pertanggungan sesuai tabel 3 dibawah ini:

**Tabel 3 Prosentase Santunan Yang Diterima Akhir Masa Asuransi**

Akhir tahun ke	Masa Asuransi (tahun)									
	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
3	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	100%	-	-	20%	20%	20%	20%	20%	20%	-
7		100%	-	-	-	-	-	-	-	20%
8			100%	-	-	-	-	-	-	-
9				100%	-	-	30%	30%	-	-
10					100%	-	-	-	30%	-
11						100%	-	-	-	30%
12							100%	-	-	-
13								100%	-	-
14									100%	-
15										100%

Sumber: Dokumen AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota Tahun 2003.

- 2) Jika bertanggung meninggal dunia dalam masa asuransi kepada yang ditunjuk dibayarkan:
  - a) Santunan sebesar prosentase terhadap uang pertanggungan sesuai tabel santunan dan asuransi berakhir.
  - b) Khusus untuk polis yang preminya dibayar secara sekaligus berdasarkan premi tahunan, santunan sebagaimana disebut dalam butir 2) a diatas ditambah dengan pembayaran *premium deposit* (bonus simpanan) yang besarnya sesuai tabel *premium deposit*.

**Tabel 4 Premium Deposit (Bonus Simpanan) Yang Diterima Ahli Waris Tertanggung**

Masa Asuransi (tahun)	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
UP Meninggal	110%	110%	110%	130%	130%	130%	160%	160%	160%	160%

Sumber: Dokumen AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota Tahun 2003.

Pembayaran premi dapat berupa tahunan, setengah tahunan, triwulanan, tunggal atau sekaligus berdasarkan premi tahunan. Masa Observasi polis tanpa pemeriksaan kesehatan (*non medical*) adalah 2 tahun. Asuransi ini mendapat bonus sesuai ketentuan, masa asuransi minimal 6 tahun dan maksimal 15 tahun.

b. Asuransi Eka Waktu Prima (EP)

Program asuransi ini dirancang untuk memberikan perlindungan kepada ahli waris dengan tingkat pembayaran premi yang rendah. Manfaat dari produk asuransi jiwa ini adalah:

- 1) Jika tertanggung meninggal dunia dalam masa asuransi kepada yang ditunjuk dibayarkan:
  - a) Santunan sebesar uang pertanggungan yang tercantum dalam polis.
  - b) Khusus untuk polis yang preminya dibayar secara sekaligus berdasarkan premi tahunan, santunan uang pertanggungan ditambah dengan pembayaran *premium deposit* (bonus simpanan).
- 2) Jika tertanggung hidup sampai akhir masa asuransi, tidak ada pemabayaran apapun.

Uang pertanggungan tanpa pemeriksaan kesehatan (*non medical*) untuk calon tertanggung sampai dengan umur 50 tahun maksimal sebesar Rp. 100.000.000. Minimal premi dibayarkan dalam setahun adalah Rp. 200.000. Masa observasi adalah 2 tahun. Masa asuransi 5 tahun dan maksimal 20 tahun. Pembayaran premi secara tahunan, setengah tahunan, tunggal atau sekaligus berdasarkan premi tahunan. Masa pembayaran premi selama masa asuransi atau sampai dengan akhir tahun polis saat tertanggung meninggal dunia dalam masa asuransi.

#### h. Asuransi Permata (PM)

Program asuransi yang memberikan keleluasaan kepada pemegang polis untuk menentukan besarnya premi yang dibayar dan menentukan pengambilan manfaat asuransi. Manfaat asuransi ini adalah:

- 1) Jika tertanggung meninggal dunia dalam masa asuransi, kepada yang ditunjuk dibayarkan:
  - a) Santunan sebesar 100% uang pertanggungan pada saat meninggal
  - b) Nilai tunai yang besarnya sesuai perhitungan.
- 2) Jika tertanggung hidup hingga berakhirnya asuransi maka kepada pemegang polis dibayarkan nilai tunai yang besarnya sesuai dengan perhitungan pada saat habis kontrak.
- 3) Pengambilan nilai tunai dapat dilakukan setelah polis berjalan 1 tahun sejak diterbitkan
- 4) Pemegang polis dapat mengambil nilai tunai maksimum 50% dari nilai tunai yang ada untuk setiap pengambilan.
- 5) Untuk pengambilan nilai tunai maksimal harus diajukan 7 hari sebelumnya maksimal 3 kali dalam setahun.

#### 4.1.4 Proses *Personal Selling*

Proses *personal selling* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tahap-tahap penjualan dalam proses *personal selling* yang harus dilaksanakan oleh agen asuransi pada AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota sebagai upaya penjualan produk asuransi jiwa standar. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode observasi dan wawancara maka dapat diketahui bahwa tahap-tahap penjualan dalam proses *personal selling* adalah sebagai berikut:

##### a. Mencari dan menilai prospek (*Prospecting*)

Kegiatan mencari calon nasabah merupakan kegiatan awal yang menuntut seorang agen untuk aktif dan pandai memperoleh data tentang nama-nama calon nasabah. Agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota dengan menggunakan 3 pedoman utama yaitu:

### 1. Menanyakan pada nasabah lama (Referensi nasabah lama)

Referensi nasabah lama dalam hal ini adalah berbagai informasi tentang nama-nama calon nasabah yang diperoleh seorang agen dengan cara menanyakan kepada nasabah lama AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota. Para calon nasabah tersebut dapat merupakan nasabah lama itu sendiri, keluarga, kerabat dan mitra kerja dari nasabah tersebut.

### 2. Menghubungi/menanyakan kepada teman atau kenalan (Referensi teman)

Cara ini dilakukan oleh agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota dengan mencari calon nasabah dengan menanyakan kepada teman atau kenalan yang bisa memberikan referensi nama-nama seseorang yang sekira bisa dijadikan sebagai calon nasabah. Calon nasabah tersebut dapat merupakan teman itu sendiri, keluarga, kerabat dan bisa juga mitra kerjanya.

### 3. Mendatangi berbagai rumah dan kantor baik milik pemerintah maupun swasta

Cara ini dilakukan agen asuransi untuk memperoleh orang dan badan yang mempunyai pengaruh pada anggota kelompoknya ataupun orang-orang disekitarnya seperti pemuka masyarakat, kepala desa, pimpinan suatu instansi atau organisasi. Pada kenyataannya seseorang yang mempunyai pengaruh sedikit banyak akan sangat mempengaruhi kelompoknya untuk melakukan pembelian terhadap produk asuransi jiwa standar yang ditawarkan.

Setelah mendapatkan informasi mengenai nama-nama calon nasabah yang telah diperoleh dari ketiga cara diatas, maka agen asuransi dapat menyusun data calon-calon nasabah dengan terlebih dahulu melakukan penilaian dengan kriteria yang ada yaitu terutama berdasarkan tingkat penghasilannya. Hal ini dilakukan karena tinggi rendahnya penghasilan seseorang sangat berpengaruh terhadap kemampuannya untuk membayar premi.

### **b. Pendekatan Awal (*Pre Approach*)**

Sebelum melakukan tahap pendekatan maka terlebih dahulu dilakukan pendekatan awal untuk memperoleh informasi mengenai calon nasabah yang akan didekati. Informasi tersebut yang paling utama adalah siapa penentu keputusan dalam pembelian dan produk asuransi jiwa standar apa yang dibutuhkan oleh calon nasabah. Sedangkan data-data penunjang lainnya dapat berupa: umur,

pendidikan, pekerjaan/jabatan, organisasi/perkumpulan, wewenang membeli, keistimewaan pribadi, waktu yang paling baik untuk dikunjungi.

Dari keseluruhan data mengenai calon nasabah yang telah diperoleh maka seorang agen asuransi dapat menyusun Kartu Informasi prospek atau KARIP. Setiap agen pada AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota harus memiliki KARIP. Hal ini disebabkan dalam melakukan pendekatan pada calon nasabah, seorang agen asuransi akan berpedoman pada KARIP yang telah disusunnya tersebut. Bentuk KARIP dapat dilihat ada lampiran 11.

#### **c. Pendekatan (*Approach*)**

Pendekatan yang dilakukan oleh agen AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota dengan cara perkenalan diri terlebih dahulu kepada calon nasabah. Agen menjelaskan maksud dan tujuan kedatangannya kepada calon nasabah dengan harapan calon nasabah dapat memahami kedatangan agen. Tahap pendekatan merupakan tahap yang penting dan merupakan tahap penentu dari keberhasilan tahap selanjutnya. Oleh karena itu ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan oleh agen dalam menghadapi calon nasabah. Faktor-faktor tersebut antara lain penampilan diri yang rapi, cara berkomunikasi yang lancar dengan didahului cara berkenalan yang ramah sehingga dapat memberikan kesan positif pada calon nasabah.

#### **d. Presentasi Penjualan (*Presentation*)**

Tahap presentasi penjualan atau penyajian penjualan merupakan tahap seorang agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota dalam upaya menciptakan penjualan produk-produk asuransi jiwa standar. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dan dipahami oleh seorang agen asuransi dalam melakukan presentasi penjualan, yaitu:

- Karakteristik serta manfaat produk asuransi jiwa standar
- Kelebihan-kelebihan yang dimiliki produk asuransi jiwa standar tersebut.

Presentasi penjualan yang menarik diharapkan dapat menimbulkan minat calon nasabah untuk membeli produk asuransi jiwa standar yang ditawarkan .

#### e. Mengatasi Keberatan (*Handling Objections*)

Beberapa pengalaman para agen membuktikan bahwa sering kali calon nasabah mengajukan keberatan-keberatan bahkan membanding-bandingkan dengan produk asuransi jiwa yang lainnya. Untuk menghadapi hal ini, agen dituntut untuk mencari tahu apa yang membuat calon nasabah keberatan untuk membeli, memberikan penjelasan-penjelasan lebih lanjut terhadap keberatan yang diajukan sehingga dapat memuaskan calon nasabah. Setelah itu memberikan solusi atas keberatan yang diajukan oleh calon nasabah untuk membeli dengan menawarkan produk asuransi jiwa standar yang lainnya yang dianggap cocok bagi calon nasabah dengan harapan dapat dijadikan pertimbangan bagi calon nasabah.

#### f. Menutup Penjualan (*Closing*)

Tahap menutup penjualan bagi agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota merupakan tujuan utama yang harus dicapai dari serangkaian kegiatan *personal selling*. Untuk memastikan maka sering kali pihak agen asuransi yang mengajukan pertanyaan guna memperoleh jawaban apakah calon nasabah bersedia untuk membeli atau tidak. Oleh sebab itu setiap agen asuransi harus berani dan mampu untuk memulai terlebih dahulu dalam menutup penjualan. Hal ini disebabkan dalam penutupan penjualan tersebut berarti memastikan pada calon nasabah untuk mengatakan “ya” atau “tidak” dalam memutuskan pembelian.

Setelah terjadi kesepakatan antara agen asuransi dengan calon nasabah maka langkah selanjutnya adalah pengisian Surat Permintaan Asuransi Jiwa oleh calon nasabah sebagai bentuk pengajuan polis asuransi. Adapun bentuk surat permintaan asuransi jiwa seperti pada lampiran 12.

#### g. Tindak Lanjut Penjualan (*Pollo-w-up*)

Pembinaan hubungan baik dengan nasabah merupakan bentuk pelayanan purna jual yang dilakukan oleh AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota. Untuk menjaga hubungan dengan nasabah, dilakukan oleh agen dengan cara melakukan kunjungan kepada para nasabah dalam jangka waktu tertentu dengan maksud untuk mendengarkan tingkat kepuasan atau keluhan-keluhan nasabah atas

produk asuransi jiwa standar yang telah dibelinya serta untuk menawarkan pembelian ulang terhadap produk asuransi jiwa standar yang lainnya.

#### 4.1.5 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah agen asuransi pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota. Adapun yang dimaksud dengan agen asuransi adalah wakil dari AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota sebagai pelaku *personal selling* yang bertugas menginformasikan produk asuransi jiwa standar melalui tahap-tahap penjualan yang ada dalam proses *personal selling* yang bertujuan untuk menciptakan penjualan. Adapun besarnya responden yaitu sebanyak 32 orang. Dari hasil penyebaran angket diperoleh informasi tentang jenis kelamin, masa kerja dan pendidikan responden.

##### a. Jenis Kelamin Agen Asuransi

Jenis kelamin dalam penelitian ini adalah jenis kelamin seorang agen asuransi pada AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota yang terdiri dari laki-laki dan perempuan. Jenis kelamin tersebut peneliti sajikan pada tabel dibawah ini.

**Tabel 5 Jenis Kelamin Agen Asuransi pada AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota**

No	Jenis Kelamin	Jumlah responden	presentase
1	Laki-laki	16	50%
2	Perempuan	16	50%
<b>Jumlah</b>		<b>32</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer, diolah

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa (50%) atau 16 responden berjenis kelamin laki-laki dan (50%) atau 16 responden berjenis kelamin perempuan. Data tersebut membuktikan bahwa antara laki-laki dan perempuan mempunyai peluang yang sama untuk bekerja sebagai agen asuransi. Siapapun asal memiliki kemampuan, tekad serta didukung penampilan yang menarik, jiwa estrovet, minat terhadap pekerjaan lapangan, adanya kepercayaan diri bisa bekerja sebagai agen asuransi.

**b. Masa Kerja Responden**

Masa kerja dalam penelitian ini adalah lama kerja seorang agen asuransi pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota. Masa kerja agen asuransi tersebut peneliti sajikan pada tabel dibawah ini.

**Tabel 6 Masa Kerja Agen Asuransi pada AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Jember Kota**

No	Masa Kerja	Jumlah responden	presentase
1	1 – 4 tahun	18	56,25%
2	5 – 8 tahun	5	15,62%
3	9 – 12 tahun	4	12,5%
4	13 – 16 tahun	2	6,25%
5	17 – 20 tahun	2	6,25%
6	21 – 24 tahun	1	3,13%
<b>Jumlah</b>		<b>32</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 6 diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjadi agen asuransi antara 1 – 4 tahun sebesar (56,25%), responden yang menjadi agen asuransi antara 5 – 8 tahun dengan prosentase sebesar (15,62%), responden yang menjadi agen asuransi 9 – 12 tahun dengan prosentase sebesar (12,5%), responden yang menjadi agen asuransi 13 – 16 tahun dengan prosentase sebesar (6,25 %), responden yang menjadi agen asuransi 17 – 20 tahun dengan prosentase sebesar (6,25 %). Sedangkan responden yang menjadi agen asuransi 21 – 24 tahun dengan prosentase sebesar (3,13 %). Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden mempunyai masa kerja yang masih belum begitu lama, hal ini ditunjukkan dengan lamanya menjadi agen asuransi antara 1-4 tahun mempunyai prosentase terbesar. Hal ini terjadi karena mereka bekerja bukan sebagai karyawan tetap tetapi sebagai mitra kerja perusahaan yang akan memperoleh komisi apabila agen tersebut mampu menjual produk asuransi jiwa standar. Bagi agen yang kurang mampu akan menjadi beban tersendiri, karena merasa kesulitan untuk menjual dan akhirnya memutuskan mengundurkan diri. Sedangkan ada agen yang sudah bekerja lama, hal ini disebabkan orang tersebut telah mempunyai komitmen bahwa agen asuransi dijadikannya suatu

pekerjaan yang utama, karena dirasakan komisi yang diperoleh cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup.

### c. Pendidikan Responden

Pendidikan dalam penelitian ini adalah pendidikan terakhir yang diselesaikan responden dibangku sekolah. Pendidikan terakhir responden tersebut peneliti sajikan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 7 Pendidikan Agen Asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota**

No	Pendidikan responden	Jumlah responden	presentase
1	SMA	12	37,5%
2	Sarjana	20	62,5%
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer, diolah

Berdasarkan Tabel 7 diatas dapat diketahui bahwa (37,5%) atau 12 responden berpendidikan SMA dan (62,5%) atau 20 responden berpendidikan Sarjana. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir agen asuransi mayoritas adalah lulusan sarjana. Hal ini dikarenakan banyak lulusan sarjana yang kesulitan mencari kerja dan salah satu alternatif adalah bekerja sebagai agen asuransi, dengan alasan sambil menunggu pekerjaan lain yang dikehendaki. Namun tidak jarang mereka telah merasa cocok bekerja sebagai agen asuransi dan menekuninya, karena komisi yang diperoleh sangat menjanjikan. Sedangkan ada agen berpendidikan SMA karena syarat untuk menjadi seorang agen asuransi pada AJB Bumiputera 1912 kantor Operasional Jember Kota Minimal Lulusan SMA/ sederajat. Tetapi perusahaan lebih mengutamakan yang berpendidikan Sarjana karena secara teori ia mengetahui namun hanya pengalaman saja yang kurang dan hal tersebut bisa dilatih.

## 4.2 Data Utama

Data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari angket yang disebar oleh peneliti berisi pertanyaan-pertanyaan tertutup dengan pilihan jawaban yang harus diisi oleh responden. Data utama merupakan data pokok yang akan dianalisis untuk menjawab masalah atau

pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial.

#### 4.2.1 Analisis Deskriptif

##### A. Interpretasi Variabel *Personal Selling*

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan *personal selling* adalah kegiatan promosi yang dilakukan secara langsung dengan cara bertatap muka antara AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota yang diwakili oleh agen asuransi dengan calon nasabah untuk menginformasikan produk asuransi jiwa standar yang ditujukan untuk menciptakan penjualan melalui tahap-tahap penjualan yang ada dalam proses *personal selling* yang terdiri dari: mencari dan menilai prospek, pendekatan awal, pendekatan, presentasi penjualan, mengatasi keberatan, menutup penjualan dan tindak lanjut penjualan. Berdasarkan hasil penelitian dilapangan melalui penyebaran angket kepada 32 responden berkaitan dengan *personal selling* (X) ditunjukkan pada tabel berikut ini.

**Tabel 8 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Mencari Calon Nasabah Melalui Nasabah Lama (Referensi Nasabah)**

NO	Pertanyaan		
1	Apakah anda perlu mencari calon nasabah dengan menanyakan kepada nasabah lama?		
	<b>Jawaban</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
	a. Sangat perlu, karena dari nasabah lama bisa diperoleh calon nasabah yang merupakan nasabah lama itu sendiri, keluarga, kerabat dan mitra kerja dari nasabah tersebut.	16	50%
	b. Perlu, karena dari nasabah lama bisa diperoleh calon nasabah yang merupakan nasabah lama itu sendiri dan keluarganya.	15	46,87%
	c. Kurang perlu, karena dari nasabah lama hanya diperoleh calon nasabah yang merupakan nasabah lama itu sendiri.	1	3,13%
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 8 diatas diketahui bahwa sebanyak 16 responden (50%) sangat perlu untuk mencari calon nasabah dengan menanyakan kepada nasabah lama. Sebanyak 15 responden (46,87%) perlu untuk mencari calon nasabah dengan menanyakan kepada nasabah lama dan 1 responden (3,13%) kurang perlu

untuk mencari calon nasabah dengan menanyakan kepada nasabah lama. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden berusaha mencari calon nasabah dengan menanyakan kepada nasabah lama. Hal ini karena dari nasabah lama tersebut akan diperoleh banyak calon nasabah yang merupakan nasabah lama itu sendiri, keluarga, kerabat, maupun mitra kerja dari nasabah lama tersebut. Hanya ada 1 responden yang kurang perlu untuk mencari calon nasabah dengan menanyakan kepada nasabah lama. Hal ini dikarenakan agen asuransi tersebut hanya memperoleh calon nasabah yang merupakan nasabah lama itu sendiri. Agen asuransi tersebut lebih senang meluangkan waktunya untuk mencari calon nasabah dengan menanyakan kepada teman atau kenalannya.

**Tabel 9 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Mencari Calon Nasabah dengan Menanyakan Kepada Teman/Kenalan (Referensi Teman)**

NO	Pertanyaan			
2	Apakah anda perlu mencari calon nasabah dengan cara menanyakan kepada teman/kenalan anda ?			
		Jawaban	f	%
	a. Sangat perlu, karena dari referensi teman akan diperoleh calon nasabah yang merupakan teman itu sendiri, keluarga, kerabat dan mitra kerjanya.		14	43,75%
	b. Perlu, karena dari referensi teman akan diperoleh calon nasabah yang merupakan teman itu sendiri dan keluarganya.		18	56,25%
	c. Kurang perlu, karena hanya teman itu sendiri yang akan menjadi calon nasabah		0	0
		Jumlah	32	100%

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 9 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab sangat perlu untuk mencari calon nasabah dengan menanyakan kepada teman/kenalan sebanyak 14 orang (43,75%). Sebanyak 18 responden (56,25%) menjawab perlu untuk mencari calon nasabah dengan menanyakan kepada teman/kenalan dan tidak ada sama sekali responden yang kurang perlu untuk mencari calon nasabah dengan menanyakan kepada teman/kenalan. Hal ini menunjukkan bahwa agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota berusaha untuk mencari calon nasabah dengan menanyakan kepada teman/kenalan. Hal ini karena seorang teman yang sudah akrab akan mudah untuk

memberikan referensi calon-calon nasabah. Teman atau kenalan tersebut akan merekomendasikan diri dan keluarganya sebagai calon nasabah.

**Tabel 10 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Mencari Calon Nasabah dengan Datang ke Berbagai Rumah dan Kantor Baik Milik Pemerintah Maupun Swasta.**

NO	Pertanyaan		
3	Apakah anda perlu mencari calon nasabah dengan cara mendatangi berbagai rumah dan kantor baik milik pemerintah maupun swasta ?		
		Jawaban	f      %
	a. Sangat perlu dan selalu mendatangnya	18	56,25%
	b. Perlu dan kadang-kadang mendatangnya	11	34,37%
	c. Kurang perlu dan jarang mendatangnya	3	9,38%
		Jumlah	<b>32      100%</b>

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 10. diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 18 responden (56,25%) sangat perlu dan selalu mendatangnya. Sebanyak 11 responden (34,37%) perlu dan kadang-kadang mendatangnya dan sebanyak 3 responden (9,38%) kurang perlu dan jarang mendatangnya. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota perlu untuk mencari calon nasabah dengan datang ke berbagai rumah dan kantor baik milik pemerintah maupun swasta. Hal ini dikarenakan dengan cara tersebut akan memperoleh orang atau badan yang mempunyai pengaruh pada anggota kelompoknya ataupun orang-orang disekitarnya, seperti pemuka masyarakat, kepala desa, pimpinan atau organisasi sehingga sangat mudah untuk mendapatkan nasabah. Kenyataannya seseorang yang mempunyai pengaruh sedikit banyak akan sangat mempengaruhi kelompoknya untuk melakukan pembelian. Sedangkan 3 responden yang kurang perlu dan jarang mendatangi berbagai rumah dan kantor baik milik pemerintah maupun swasta dikarenakan dari mereka, responden sulit untuk mendapatkan calon nasabah. Hal ini dikarenakan responden tersebut kurang percaya diri dalam menghadapi orang lain seperti pimpinan perusahaan, tokoh masyarakat dan kepala desa. Agen tersebut lebih senang meluangkan waktunya dengan mencari nasabah melalui nasabah lama, teman atau kenalannya.

**Tabel 11 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Menilai Calon Nasabah Berdasarkan Tingkat Penghasilannya.**

NO	Pertanyaan		
4	Apakah anda perlu melakukan penilaian berdasarkan tingkat penghasilannya untuk menentukan seseorang sebagai calon nasabah ?		
	<b>Jawaban</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
	a. Sangat perlu dan selalu menggunakannya sebagai dasar penilaian.	20	62,5%
	b. Perlu dan kadang-kadang menggunakannya sebagai dasar penilaian.	12	37,5%
	c. Kurang perlu dan jarang menggunakannya sebagai dasar penilaian.	0	0
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 11 tersebut diketahui bahwa 20 responden (62,5%) menjawab sangat perlu dan selalu menggunakannya sebagai dasar penilaian. Sebanyak 12 responden (37,5%) menjawab perlu dan kadang-kadang menggunakannya sebagai dasar penilaian dan tidak ada sama sekali responden yang kurang perlu dan jarang menggunakannya sebagai dasar penilaian. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar agen AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota sudah menggunakan tingkat penghasilan seseorang sebagai dasar penilaian terhadap calon nasabah. Hal ini dikarenakan semakin tinggi penghasilan calon nasabah berarti kemampuannya untuk membayar premi juga semakin tinggi begitu sebaliknya semakin rendah tingkat penghasilan calon nasabah berarti kemampuannya untuk membayar premi juga semakin rendah.

**Tabel 12 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Mencari Informasi tentang Pengambil Keputusan Pembelian dari Calon Nasabah**

NO	Pertanyaan		
5	Apakah anda perlu mencari informasi tentang siapa pengambil keputusan pembelian dari calon nasabah yang akan anda temui ?		
	<b>Jawaban</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
	a. Sangat perlu dan selalu berusaha mencari tahu.	23	71,87%
	b. Perlu meskipun kadang-kadang berusaha mencari tahu.	9	28,13%
	c. Kurang perlu dan jarang berusaha mencari tahu.	0	0
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 12 tersebut diketahui bahwa 23 responden (77,42%) menjawab sangat perlu dan selalu berusaha mencari tahu. Sebanyak 9 responden (28,13%) menjawab perlu meskipun kadang-kadang berusaha mencari tahu dan tidak ada sama sekali responden yang tidak perlu dan jarang berusaha mencari tahu. Hal ini menunjukkan bahwa hampir seluruh agen AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota sudah berusaha untuk mencari tahu tentang siapa pengambil keputusan pembelian dari calon nasabah yang akan ditemuinya. Hal ini dikarenakan siapa yang membuat keputusan pembelian sangat menentukan dalam memutuskan pembelian atas produk yang ditawarkan.

**Tabel 13 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Mencari Informasi tentang Produk Asuransi Jiwa Standar Apa yang Dibutuhkan Calon Nasabah**

NO	Pertanyaan		
6	Apakah anda perlu mencari informasi tentang produk asuransi jiwa standar apa yang sudah ataupun belum dimiliki calon nasabah yang akan anda temui ?		
	<b>Jawaban</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
	a. Sangat perlu dan selalu berusaha mencari tahu	15	46,87%
	b. Perlu meskipun kadang-kadang berusaha mencari tahu	17	53,13%
	c. Kurang perlu dan jarang berusaha mencari tahu	0	0
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel 13 diketahui bahwa 15 responden (46,87%) menjawab sangat perlu dan berusaha mencari tahu. Sebanyak 17 responden (53,13%) menjawab perlu meskipun kadang-kadang berusaha mencari tahu dan tidak ada sama sekali responden yang kurang perlu dan jarang berusaha mencari tahu. Hal ini menunjukkan bahwa hampir seluruh agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota sudah berusaha mencari tahu tentang produk asuransi jiwa standar apa yang sudah ataupun belum dimiliki calon nasabah. Karena informasi tersebut cukup membantu dalam menentukan produk asuransi jiwa standar apa yang sekiranya dibutuhkan oleh calon nasabah, karena masing-masing kebutuhannya atas produk berbeda.

**Tabel 14 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Penampilan Rapi dari Agen Asuransi**

NO	Pertanyaan	f	%
7	Apakah anda membiasakan diri dengan berpenampilan rapi pada waktu menemui calon nasabah guna menarik perhatiannya ?		
	<b>Jawaban</b>		
	a. Sangat rapi, dengan berpakaian sesuai yang ditetapkan oleh perusahaan, bersepatu, membawa tas, dan kartu identitas.	32	100%
	b. Rapi, dengan berpakaian sesuai yang ditetapkan perusahaan, bersepatu, membawa tas dan tanpa kartu identitas.	0	0
	c. Kurang rapi, dengan memakai kaos, sepatu sandal, tanpa membawa tas, dan kartu identitas.	0	0
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 14 dapat diketahui bahwa 32 responden (100%) menjawab sangat rapi, dengan berpakaian sesuai dengan yang ditetapkan oleh perusahaan, bersepatu, membawa tas, dan kartu identitas dan tidak ada sama sekali responden yang berpenampilan kurang rapi pada waktu menemui calon nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semua agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota membiasakan diri berpenampilan sangat rapi pada waktu menemui calon nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa seorang agen asuransi selalu dituntut untuk berpenampilan rapi karena penampilan rapi seorang agen asuransi akan memberikan kesan tersendiri pada para calon nasabah yang akan ditemuinya. Hal tersebut juga merupakan salah satu cara untuk membangun ketertarikan calon nasabah sehingga kedatangan agen disambut baik oleh calon nasabah, diperhatikan dan didengarkan apapun yang dijelaskan.

**Tabel 15 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Sikap Ramah dari Agen Asuransi**

NO	Pertanyaan		
8	Apakah anda membiasakan untuk bersikap ramah pada saat memperkenalkan diri pada calon nasabah ?		
	Jawaban	f	%
	a. Selalu bersikap ramah dan percaya diri	25	75,12%
	b. Kadang kurang bersikap ramah dan kurang percaya diri	5	15,63%
	c. Tidak pernah bersikap ramah dan tidak percaya diri	2	6,25%
	Jumlah	<b>32</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 15 dapat diketahui bahwa 25 responden (75,12%) menjawab selalu bersikap ramah dan percaya diri. Sebanyak 5 responden (15,63%) menjawab kadang kurang bersikap ramah dan kurang percaya diri dan 2 responden (6,25%) menjawab tidak pernah bersikap ramah dan tidak percaya diri. Berdasarkan hal tersebut maka dapat diketahui bahwa hampir seluruh agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota selalu bersikap ramah dan percaya diri pada calon nasabah yang ditemuinya. Karena dengan bersikap ramah dan didukung oleh rasa percaya diri akan memberikan kesan positif pada calon nasabah atas kedatangan agen asuransi. Sedangkan 2 responden yang tidak bisa bersikap ramah dan percaya diri tersebut peneliti menyimpulkan bahwa kedua responden tersebut terlalu bersikap kaku, kurang bisa membangun suasana keakraban dengan calon nasabah sehingga menimbulkan kesan negatif pada calon nasabah akibatnya kurang bisa melakukan presentasi penjualan.

**Tabel 16 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Presentasi Penjualan**

NO	Pertanyaan		
9	Apakah pada waktu presentasi penjualan anda menjelaskan secara rinci mengenai karakteristik, manfaat dan kelebihan dari produk asuransi jiwa standar pada calon nasabah ?		
	<b>Jawaban</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
	a. Sangat rinci dengan menjelaskan secara detail seluruh karakteristik, manfaat dan kelebihan dari produk asuransi jiwa standar yang ditawarkan	19	59,37%
	b. Rinci dengan menjelaskan secara singkat karakteristik, manfaat dan kelebihan dari produk asuransi jiwa standar yang ditawarkan	12	37,5%
	c. Kurang rinci hanya menjelaskan sebagian saja dari karakteristik, manfaat dan kelebihan dari produk asuransi jiwa standar yang ditawarkan.	1	3,13%
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 16 dapat diketahui bahwa sebanyak 19 responden (59,37%) menjawab sangat rinci dengan menjelaskan secara detail seluruh karakteristik, manfaat dan kelebihan dari produk asuransi jiwa standar. Responden yang menjawab rinci dengan menjelaskan secara singkat karakteristik, manfaat dan kelebihan dari produk asuransi jiwa standar 12 orang (37,5%) dan responden yang menjawab kurang rinci hanya menjelaskan sebagian karakteristik, manfaat dan kelebihan dari produk asuransi jiwa standar sebanyak 1 orang (3,13%). Berdasarkan hal tersebut maka dapat diketahui bahwa sebagian besar agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota sudah menjelaskan secara sangat rinci mengenai karakteristik, manfaat dan kelebihan dari produk asuransi jiwa standar yang ditawarkan. Hal tersebut dilakukan untuk membangkitkan minat calon nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan. Terdapat 1 responden yang menjelaskan secara kurang rinci peneliti menyimpulkan bahwa agen tersebut kurang memiliki pengetahuan mengenai karakteristik, manfaat, dan kelebihan dari produk asuransi jiwa standar sehingga presentasi yang dilakukan kurang menarik perhatian calon nasabah.

**Tabel 17 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Mengatasi Keberatan dari Calon Nasabah**

NO	Pertanyaan		
10	Bagaimana sikap anda dalam mengatasi keberatan-keberatan yang diajukan oleh calon nasabah untuk membeli produk asuransi jiwa standar yang anda tawarkan?		
	<b>Jawaban</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
	a. Mencari tahu apa yang membuat calon nasabah keberatan untuk membeli, kemudian memberikan penjelasan lebih lanjut, serta memberikan solusi dengan menawarkan produk asuransi jiwa standar lain yang dianggap cocok.	22	68,75%
	b. Mencari tahu apa yang membuat calon nasabah keberatan untuk membeli, kemudian memberikan penjelasan lebih lanjut, tanpa memberikan solusi dengan tidak menawarkan produk asuransi jiwa standar lain yang dianggap cocok.	7	21,87%
	c. Mencari tahu apa yang membuat calon nasabah keberatan untuk membeli, tanpa memberikan penjelasan lebih lanjut, dan tanpa memberikan solusi dengan tidak menawarkan produk asuransi jiwa standar lain yang dianggap cocok.	3	9,38%
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 17 dapat diketahui bahwa sebanyak 22 responden (68,75%) menjawab mencari tahu apa yang membuat calon nasabah keberatan untuk membeli, kemudian memberikan penjelasan lebih lanjut, serta memberikan solusi dengan menawarkan produk asuransi jiwa standar lain yang dianggap cocok. Responden yang menjawab mencari tahu apa yang membuat calon nasabah keberatan untuk membeli, kemudian memberikan penjelasan lebih lanjut, tanpa memberikan solusi dengan tidak menawarkan produk asuransi jiwa standar lain yang dianggap cocok sebanyak 7 orang (21,87%). Sedangkan responden yang menjawab mencari tahu apa yang membuat calon nasabah keberatan untuk membeli, tanpa memberikan penjelasan lebih lanjut, dan tanpa memberikan solusi dengan tidak menawarkan produk asuransi jiwa standar lain yang dianggap cocok sebanyak 3 orang (9,38%). Berdasarkan hal tersebut maka dapat diketahui bahwa agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota sebagian besar sudah berusaha mengatasi keberatan-keberatan yang diajukan oleh calon

besar sudah berusaha mengatasi keberatan-keberatan yang diajukan oleh calon dengan berusaha mencari tahu apa yang membuat calon nasabah keberatan untuk membeli, kemudian memberikan penjelasan lebih lanjut, selain itu memberikan solusi dengan menawarkan produk asuransi jiwa standar lain yang dianggap cocok. Terdapat 3 responden yang mencari tahu apa yang membuat calon nasabah keberatan untuk membeli, tanpa memberikan penjelasan lebih lanjut, dan tanpa memberikan solusi dengan tidak menawarkan produk asuransi jiwa standar lain yang dianggap cocok tersebut peneliti menyimpulkan agen asuransi tersebut menghadapi calon nasabah yang tergesa-gesa dan banyak tamu. Agen tersebut hanya berbicara seperlunya tentang poin-poin yang penting saja. kemudian membuat janji bertemu lagi dengan terlebih dahulu mencari tahu apa yang membuat keberatan calon nasabah untuk membeli untuk dipelajari dirumah.

**Tabel 18 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Menutup Penjualan**

NO	Pertanyaan			
11	Apakah anda mampu menutup penjualan yang diakhiri dengan keputusan pembelian oleh calon nasabah ?			
		Jawaban	f	%
	a. Sangat mampu dengan sekali bertanya calon nasabah langsung memutuskan untuk membeli		12	37,50%
	b. Mampu dengan dua kali bertanya calon nasabah memutuskan untuk membeli		16	50%
	c. Kurang mampu dengan lebih dari dua kali bertanya calon nasabah memutuskan untuk membeli		4	12,5%
		Jumlah	32	100%

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 18 dapat diketahui bahwa sebanyak 12 responden (37,50%) sangat mampu dengan sekali bertanya calon nasabah langsung memutuskan untuk membeli. Sebanyak 16 responden (50%) mampu dengan dua kali bertanya calon nasabah memutuskan untuk membeli dan 4 responden (12,5%) kurang mampu dengan lebih dua kali bertanya calon nasabah memutuskan untuk membeli. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden sudah mampu untuk menutup penjualan dengan dua kali bertanya calon nasabah memutuskan untuk membeli produk asuransi jiwa standar yang ditawarkan. Hal ini dikarenakan inisiatif pembelian yang datang dari calon

nasabah sendiri jarang terjadi. Sedangkan 4 responden yang kurang mampu untuk menutup penjualan tersebut peneliti menyimpulkan mereka kurang mengetahui waktu yang tepat untuk menutup penjualan serta kurang mampu dalam mengatasi keberatan-keberatan yang diajukan calon nasabah.

**Tabel 19 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Tindak Lanjut Penjualan dari Agen Asuransi**

NO	Pertanyaan		
12	Apakah anda mengunjungi kembali nasabah untuk menanyakan tingkat kepuasan, atau keluhan serta melakukan penawaran ulang untuk macam produk asuransi jiwa standar yang lainnya ?		
	<b>Jawaban</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
	a. Selalu mengunjungi kembali nasabah, setiap setelah terjadi penjualan	14	43,75%
	b. Kadang-kadang mengunjungi jika ada waktu luang	18	56,25%
	c. Tidak pernah mengunjungi	0	0
	<b>Jumlah</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 19 diketahui bahwa 14 responden (43,75%) menjawab selalu mengunjungi setiap setelah terjadi penjualan. Sebanyak 18 responden (56,25%) menjawab kadang-kadang mengunjungi jika ada waktu luang dan tidak ada sama sekali responden yang tidak mengunjungi nasabahnya setelah terjadi penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota kadang-kadang mengunjungi nasabahnya jika ada waktu luang. Hal ini disebabkan sempitnya waktu yang dimiliki oleh agen asuransi untuk mengunjungi kembali nasabah karena disibukkan mencari nasabah baru untuk mengejar target penjualan yang harus mereka capai.

### **B. Interpretasi Volume Penjualan**

Volume penjualan merupakan volume (jumlah) total produk asuransi jiwa standar yang terjual oleh pihak AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota pada tahun 2003. Sedangkan cara pengukuran volume penjualan adalah jumlah total produk yang terjual oleh agen asuransi yaitu meliputi penghitungan jumlah rupiah (penerimaan premi pertama) yang diperoleh dari penjualan produk

asuransi jiwa standar selama tahun 2003. Berdasarkan penelitian di lapangan dengan menyebarkan angket kepada 32 responden peneliti memperoleh data tentang volume penjualan sebagai berikut.

**Tabel 20 Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Pencapaian Target Penjualan**

NO	Pertanyaan		
13	Apakah anda mampu memperoleh premi pertama sesuai dengan target yang ditetapkan ?		
	Jawaban	f	%
	a. Sangat mampu yaitu melebihi target yang ditetapkan	17	53,13%
	b. Mampu yaitu sesuai dengan target yang ditetapkan	13	40,62%
	c. Kurang mampu yaitu kurang dari target yang ditetapkan	2	6,25%
	Jumlah	32	100%

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 20. dapat diketahui bahwa sebanyak 17 responden (53,13%) menjawab sangat mampu melebihi target yang ditetapkan. Sebanyak 13 responden (40,62%) menjawab mampu sesuai dengan target yang ditetapkan dan 2 reponden (6,25%) kurang mampu yaitu kurang dari target yang ditetapkan. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa sebagian besar agen asuransi sangat mampu memperoleh premi pertama melebihi target yang ditetapkan dan hanya 2 orang agen asuransi yang kurang mampu memperoleh premi pertama dari target yang ditetapkan. Setelah dilakukan pengecekan dengan dengan pertanyaan tentang kemampuan menutup penjualan dan mengatasi keberatan diketahui bahwa kedua responden tersebut kurang mampu dalam menutup penjualan dan mengatasi keberatan yang diajukan calon nasabah.

**Tabel 21. Deskripsi Pertanyaan Berkaitan dengan Total Premi Pertama yang dapat Diperoleh Agen Asuransi**

NO	Pertanyaan		
14	Berapa total premi pertama yang dapat anda peroleh dari hasil penjualan produk asuransi jiwa standar selama tahun 2003 ?		
	Jawaban	f	%
	a. Rp. 173.879.863 – Rp. 259.779.643	18	56,25%
	b. Rp. 87.980.083– Rp. 173.879.862	12	37,5%
	c. Rp. 2.080.302 – Rp. 87.980.082	2	6,25%
	Jumlah	32	100%

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan Tabel 21 dapat diketahui bahwa sebanyak 18 responden (56,25%) memperoleh premi pertama Rp.173.879.863-Rp.259.779.643 selama tahun 2003. Sebanyak 12 responden (37,5%) memperoleh premi pertama Rp. 87.980.083-Rp.173.879.862 dan sebanyak 2 reponden (6.25%) yang memperoleh premi pertama Rp. Rp.2.080.302-Rp.87.980.082 selama tahun 2003. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa perolehan premi pertama sebagian besar agen asuransi sudah cukup besar. Hal ini juga dapat dilihat dari pencapaian target perolehan premi pertama yang melebihi taget yang ditetapkan. Sedangkan 2 responden yang memperoleh premi pertama sangat rendah setelah dilakukan pengecekan dengan pertanyaan menutup penjualan, kedua agen tersebut kurang mampu dalam menutup penjualan selain itu keduanya juga mempunyai masa kerja yang masih baru 1-4 tahun, sehingga masih kurang pengalamannya.

#### 4.2.2 Analisis Inferensial

##### 4.2.2.1 Persamaan Garis Regresi Linier Sederhana

Pengaruh variabel *personal selling* (X) terhadap volume penjualan (Y) dapat diketahui dengan menggunakan rumus regresi linier sederhana. Setelah dilakukan pengolahan data yang dibantu dengan menggunakan program SPSS for windows 10.0 diperoleh rekapitulasi hasil analisis regresi linier sederhana yang disajikan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 22 Rekapitulasi Hasil Analisis Persamaan Garis Regresi Linier Sederhana**

Variabel Penelitian	Koefisien Regresi
<i>Personal Selling</i> (X)	0,280
Konstanta	-3,627
Sign.F	0,000

Sumber: Hasil SPSS (diolah)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana pada tabel diatas, maka bentuk persamaan garis regresi linier sederhana yang diperoleh adalah sebagai

$$\text{berikut: } \hat{Y} = -3,627 + 0,280 X$$

Persamaan garis diatas menunjukkan bahwa :

- a. Nilai konstanta  $-3,627$  dari hasil regresi linier sederhana diatas menunjukkan bahwa jika variabel (X) sama dengan nol maka volume penjualan sama

dengan  $-3,627$  atau jika tidak ada *personal selling* maka volume penjualan turun sebesar  $-3,627$ .

- b. Koefisien regresi variabel X sebesar sebesar  $0,280$ . Hal ini berarti apabila terjadi perubahan variabel *personal selling* sebesar 1 kali maka volume penjualan akan meningkat sebesar  $0,280$  dengan asumsi konstanta tidak ada (sama dengan nol).

#### 4.2.2.3 Analisis Varian Garis Regresi

Analisis varian garis regresi dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Dalam analisis varian garis regresi akan dijelaskan tentang koefisien korelasi yaitu untuk mengetahui keeratan hubungan variabel X terhadap variabel Y dan koefisien determinasi (R Square) untuk mengetahui sumbangan variabel X terhadap variabel Y. Hasil perhitungan koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 23 Rekapitulasi Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y**

Variabel Penelitian	R	R square	Presentase
X,Y	0,902	0,813	81,3

Sumber: Data SPSS (diolah)

Berdasarkan Tabel 23 di atas menunjukkan bahwa koefisien korelasi (R) sebesar  $0,902$  yang berarti bahwa *personal selling* mempunyai hubungan yang sangat kuat terhadap peningkatan volume penjualan sebesar  $90,2\%$ . Selain koefisien korelasi pada tabel tersebut juga terdapat nilai koefisien determinasi yaitu sebesar  $0,813 \times 100\% = 81,3\%$  yang berarti bahwa *personal selling* berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan sebesar  $81,3\%$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh variabel bebas lain yang tidak diteliti sebesar  $18,7\%$  yang meliputi: iklan, promosi penjualan, publisitas.

**Tabel 24 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,99	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
<b>0,80 – 0,1000</b>	<b>Sangat Kuat</b>

Sumber: Sugiono; 2000:256

### 4.3 Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang diajukan menyatakan bahwa diduga ada pengaruh yang signifikan dari pelaksanaan *personal selling* terhadap peningkatan volume penjualan produk asuransi jiwa standar pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota Tahun 2003. Untuk membuktikan hipotesis tersebut maka digunakan uji F dari F hitung yang dihasilkan oleh analisis regresi linier sederhana dengan nilai F tabel pada  $\alpha = 0,05$ . Hasil perhitungan nilai F hitung baik dari regresi linier sederhana maupun F tabel dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 25 Rekapitulasi Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y**

Variabel Penelitian	F hitung	F tabel	Sig. F	$\alpha$
X,Y	130,745	4,17	0.000 <sup>a</sup>	0,05

Sumber: SPSS (diolah)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana pada tabel diatas, diketahui bahwa F hitung yang dihasilkan sebesar 130,745. Nilai ini selanjutnya dikonsultasikan dengan F tabel dengan berdasarkan pada dk pembilang = 1 dan dk penyebut =  $(n-m-1) = 32-1-1 = 30$  untuk tingkat signifikan (0,05) diperoleh hasil F tabel sebesar 4,17 sehingga nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu F hitung =  $130,745 > F \text{ tabel} = 4,17$  atau  $\alpha = 0,05 > \text{sig } 0,000^a$ . Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa diduga ada pengaruh yang signifikan dari pelaksanaan *personal selling* terhadap peningkatan volume penjualan produk asuransi jiwa standar pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota Tahun 2003 dinyatakan dapat **diterima**.

### 4.4 Diskusi Hasil Penelitian

Peran serta agen asuransi memberikan kontribusi yang besar sebagai pelaku *personal selling* dalam meningkatkan volume penjualan produk asuransi jiwa standar. Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan bahwa tugas seorang agen asuransi sangat berat karena harus mencari calon nasabah di wilayah kerjanya. Dimana wilayah tersebut pada umumnya masyarakatnya belum mengerti dan faham tentang manfaat asuransi sehingga enggan untuk membeli

asuransi. Untuk itu sebagian besar agen asuransi mencari calon nasabah dengan menanyakan kepada teman atau kenalannya. Hal ini dilakukan karena seorang teman yang sudah akrab akan lebih mudah memberikan referensi calon-calon nasabah.

Sebagaimana diungkapkan Bapak Sutekad (Pimpinan Operasional) menyatakan bahwa “ Berdasarkan pengamatan pada umumnya produk asuransi terutama asuransi jiwa kurang begitu disukai masyarakat”. Untuk itu seorang agen asuransi dituntut untuk mampu menjelaskan secara rinci mengenai karakteristik, manfaat dan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh produk asuransi jiwa standar sehingga membangkitkan minat calon nasabah untuk membeli. Untuk memberikan kesan positif dan menarik perhatian calon nasabah semua agen asuransi selalu tampil sangat rapi dan selalu bersikap ramah pada waktu menemui calon nasabah.

Hampir jarang sekali inisiatif penutupan penjualan datang dari calon nasabah sendiri, untuk itu seorang agen asuransi harus berani memulai terlebih dahulu dalam menutup penjualan. Pada umumnya agen harus bertanya sebanyak dua kali baru calon nasabah memutuskan untuk membeli. Setelah terjadi pembelian mereka hanya kadang-kadang saja mengunjungi calon nasabah dan itupun kalau ada waktu luang. Hal ini seharusnya dihindari karena akan mengurangi kepercayaan masyarakat pada AJB Bumiputera 1912. Seorang agen asuransi harus pandai mengatur waktu antara untuk mengunjungi nasabah lama dengan mencari calon nasabah. Agen asuransi harus meluangkan sedikit waktunya untuk mengunjungi kembali nasabah walaupun hanya sekedar untuk menanyakan tingkat kepuasan atau keluhan atas pembelian produk. Selain itu agen bisa memanfaatkan untuk menawarkan pembelian ulang untuk macam produk asuransi jiwa standar yang lain.

Seorang agen asuransi agar semangat untuk bekerja guna memperoleh komosi yang tinggi maka pada dirinya dibebankan target penjualan dan sebagian besar mereka sangat mampu mencapainya yaitu melebihi target yang telah ditetapkan. Sehingga perolehan total premi pertama juga cukup besar. Peningkatan volume penjualan (penerimaan premi pertama) yang telah dicapai

oleh AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota tidak akan tercapai tanpa adanya intensitas pelaksanaan *personal selling*. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Winardi (1989:451) yang menyatakan bahwa tujuan dari pemasaran adalah memperbesar volume penjualan yang menguntungkan perusahaan dengan jalan menawarkan pemuas kebutuhan kepada pasar dalam jangka panjang dan *personal selling* merupakan salah satu metode promosi utama untuk mencapainya.

Hasil analisis inferensial dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan program SPSS menunjukkan bahwa pelaksanaan *personal selling* berpengaruh terhadap volume penjualan produk asuransi jiwa standar pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota tahun 2003 yaitu sebesar 81,3%. Pengaruh tersebut dapat dibuktikan dari hasil analisis regresi linier sederhana setelah uji F hitung dibandingkan dengan F tabel ternyata signifikan, karena F hitung 130,745 lebih besar dari F tabel sebesar 4,17 pada  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari pelaksanaan *personal selling* terhadap peningkatan volume penjualan produk asuransi jiwa standar pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota tahun 2003.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan *personal selling* oleh AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota dapat mempengaruhi peningkatan volume penjualan produk asuransi jiwa standar pada tahun 2003. Jika pelaksanaan tahap-tahap penjualan dalam proses *personal selling* oleh agen asuransi semakin baik maka volume penjualan akan semakin meningkat sehingga keuntungan perusahaan juga meningkat. Salah satu usaha yang dilakukan oleh AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota adalah meningkatkan kemampuan agen asuransi untuk menutup penjualan serta meningkatkan tindak lanjut penjualan. Karena berdasarkan hasil analisis deskriptif bahwa kemampuan agen dalam menutup penjualan dengan sekali bertanya pada calon nasabah hanya mempunyai proporsi 37,50% dan Tindak lanjut penjualan yang dilakukan setiap setelah terjadi penjualan mempunyai proporsi 43,75%. Menutup penjualan merupakan tujuan utama yang harus dicapai dari serangkaian kegiatan *personal selling* yaitu adanya keputusan pembelian dari calon nasabah.

Untuk itu seorang agen asuransi harus lebih berani mengajukan pertanyaan terlebih dahulu guna memperoleh jawaban “ya” atau “tidak” dari calon nasabah. Sedangkan perlunya terus meningkatkan tindak lanjut penjualan karena dalam bisnis asuransi antara nasabah, agen asuransi dan perusahaan hubungannya terus berjalan sampai dengan masa kontrak berakhir (waktu jatuh tempo polis). Selain itu agar nasabah merasa puas dan tidak menghentikan kontraknya sebelum habis masa kontrak.

#### **4.5 Kekuatan dan Kelemahan Penelitian**

##### **4.5.1 Kekuatan Penelitian**

Setiap penelitian pasti mempunyai kekuatan dan kelemahan tersendiri begitu juga dengan penelitian ini. Adapun kekuatan dalam penelitian ini adalah:

1. metode pengumpulan data menggunakan empat metode, yaitu metode observasi, wawancara, angket dan dokumentasi sehingga diperoleh data yang lengkap.
2. penggunaan analisis data yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensial sehingga hasil pembahasan lebih lengkap.
3. metode analisis data menggunakan program SPSS for Windows 10.0 sehingga diperoleh penghitungan yang tepat.

##### **1.5.2 Kelemahan Penelitian**

Meskipun penelitian ini sudah dirancang dengan sebaik-baiknya, namun peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kelemahan. Adapun kelemahan dalam penelitian ini adalah:

1. penggunaan angket tertutup membatasi responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan keinginan responden, karena hanya akan memberikan jawaban yang terbatas pada pilihan jawaban yang disediakan oleh peneliti.
2. keterbatasan variabel penelitian, dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel bebas (X) yaitu *personal selling* yang mempengaruhi volume penjualan (Y), sedangkan ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi volume penjualan yaitu, iklan, promosi penjualan dan publisitas.



## BAB V

## KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Kesimpulan

1. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa kemampuan agen menutup penjualan dengan sekali bertanya pada calon nasabah hanya mempunyai proporsi 37,50% dan dan tindak lanjut penjualan yang dilakukan setelah terjadi penjualan mempunyai proporsi 43,75%. Hal tersebut menunjukkan bahwa inisiatif penutupan penjualan yang datang dari calon nasabah sendiri sangat rendah serta setelah terjadi penjualan agen kurang memberikan pelayanan yang memuaskan pada nasabah. Namun karena didukung oleh kemampuan agen dalam mengatasi keberatan yang diajukan oleh calon nasabah dengan mencari tahu, memberikan penjelasan lebih lanjut serta memberikan solusi mempunyai proporsi 68,75% pelaksanaan *personal selling* bagi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota sangat besar pengaruhnya terhadap peningkatan volume penjualan produk asuransi jiwa standar. Hal tersebut dapat dilihat dari kemampuan agen dalam mencapai target yang melebihi dari yang ditetapkan sebesar 53,13% serta perolehan premi pertama yang sangat tinggi sebesar 56,25%. Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari peran agen asuransi sebagai pelaku *personal selling* dalam melaksanakan tahap-tahap penjualan yang ada dalam proses *personal selling* pada tahun 2003 terbukti masih mampu menaikkan volume penjualan produk asuransi jiwa standar.
2. Bahwa ada pengaruh yang signifikan dari pelaksanaan *personal selling* terhadap peningkatan volume penjualan produk asuransi jiwa standar pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota tahun 2003 sebesar 81,3%.

## 5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan diatas, maka dapat disarankan sebagai berikut:

- a. Perusahaan selain menggunakan *personal selling* sebagai alat promosi utama seharusnya memperhatikan alat promosi lainnya seperti iklan, promosi penjualan dan publisitas, meskipun dari hasil analisis inferensial menunjukkan pengaruh diluar *personal selling* yang relatif kecil tetapi secara komprehensif (keseluruhan) semua variabel pomotional mix mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan.
- b. Agen asuransi sebaiknya melaksanakan tahap-tahap penjualan dalam proses *personal selling* secara lebih baik terutama kemampuan menutup penjualan dan pelaksanaan tindak lanjut penjualan lebih ditingkatkan.
- c. Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan sehingga dapat menjadi seorang agen asuransi yang profesional serta mempunyai komitmen dengan menjadikan agen asuransi sebagai suatu profesi utama.
- d. Perusahaan seyogyanya melakukan pendidikan dan pelatihan secara lebih intensif dan bervariasi bagi calon agen dan dan agen-agen yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Astuti, Dwi Sri Wahyuni. 1995. Hubungan *Personal Selling* terhadap Nilai Penjualan pada PT (Persero) Asuransi Jiwasraya Perwakilan Jember. *Skripsi*: FISIP UNEJ
- Darmawi, Herman. 2002. *Manajemen Asuransi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Djaja, Sutrisno. 2002. *Metode Penelitian Sosial*. Jember: FKIP UNEJ
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, jilid 2. Edisi ke 8*. Jakarta: Erlangga
- Radiosunu. 1983. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty
- Rismiati, E. Catur dan Ig. Bondan Sutarto. 2001. *Pemasaran barang dan jasa, cetakan ke 5*. Yogyakarta: Kanisius
- Suparwanto. 1997. *Menghargai Mitra Kerja lapangan*. Dalam *Warta Bumiputra* (Juli, 28 th XXIV). Jakarta: Mandiri Mulyo
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Susanto, A.B. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia. Analisis Perencanaan Implementasi dan pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat
- Swastha, Basu. 1996. *Azas-Azas Marketing (edisi 3)*. Yogyakarta: Liberty
- . 1989. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Liberty
- Swastha, Basu dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Sendra, Ketut. 2002. *Panduan Sukses Menjual Asuransi*. Jakarta: PPM
- Sugiono. 2000. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung. CV Alfabeta
- Singarimbun, Masri dan Effendy Sofyan. 1995. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3S
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran, edisi ke 2*. Yogyakarta: Andi Offset

Usman, Husaini. 2000. *Pengantar Statistika*. Yogyakarta: Bumi Aksara

Winardi. 1992. *Promosi dan Reklame*. Bandung: Mandar Maju

----- . 1989. *Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*. Bandung: Mandar Maju



## Matrik Penelitian

Judul	Permasalahan	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Hipotesis
Pengaruh Pelaksanaan <i>Personal Selling</i> Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Asuransi Jiwa Standar Pada Asuransi Bersama Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota Tahun 2003	Apakah pelaksanaan <i>personal selling</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan volume penjualan produk asuransi jiwa standar pada asuransi jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota tahun 2003 ?	1. <i>Personal Selling</i> (X)  2. Volume Penjualan (Y)	1. Mencari dan menilai prospek Pendekatan Awal 2. Pendekatan Presentasi 3. Pendekatan Penjualan 4. Mengatasi Keberatan 5. Menutup penjualan 6. Tindak lanjut Penjualan  Jumlah premi pertama (rupiah) selama tahun 2003	1. Responden: Agen asuransi AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota yang berjumlah 32 orang Informan: - Pimpinan Operasional - Pegawai administrasi 2. Dokumentasi	1. Penentuan Tempat Penelitian: dilakukan secara <i>Purposive Area</i> dengan menetapkan perusahaan AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota 2. Penentuan Responden: dilakukan secara <i>Purposive Sampling</i> 3. Metode Pengumpulan Data a. Observasi b. Wawancara c. Angket d. Dokumentasi 4. Analisis data a. Analisis Deskriptif b. Analisis inferensial a. Persamaan Garis Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX$ (Usman, 2000:216) b. Analisis Varian Garis Regresi $R_y = \sqrt{\frac{b \sum xy}{\sum y^2}}$ (Usman, 2000:242) c. Uji F $F_{reg} = \frac{R^2(N - m - 1)}{m(1 - R^2)}$ (Usman, 2000:245)	Diduga Ada Pengaruh Yang Signifikan dari Pelaksanaan <i>Personal Selling</i> Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Asuransi Jiwa Standar Pada Asuransi Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota Tahun 2003

**TUNTUNAN PENELITIAN****1. Tuntunan Observasi**

No	Data yang diraih	Obyek yang diamati
1	Mengamati kegiatan promosi <i>personal selling</i>	Agen asuransi AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Jember Kota

**2. Tuntunan Wawancara**

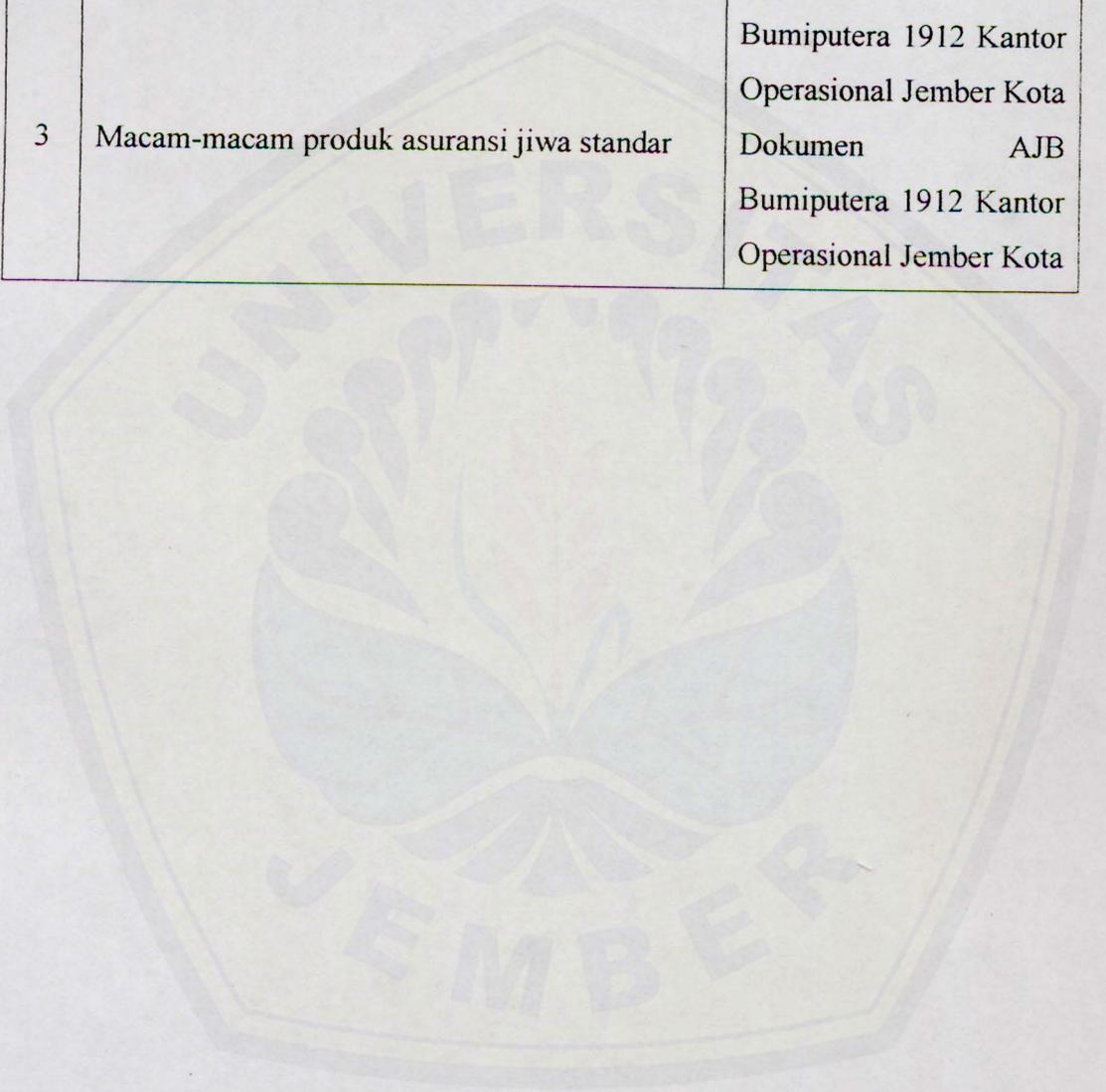
No	Data yang diraih	Sumber Data
1	Daerah pemasaran AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota	Pimpinan Operasional
2	Pelaksanaan <i>Personal selling</i> di AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember	Pimpinan Operasional
3	Macam-macam produk yang ditawarkan oleh AJB bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota	Pimpinan Operasional

**3. Tuntunan Angket**

No	Data yang diraih	Sumber Data
1	Pelaksanaan <i>Personal selling</i>	Responden
2	Volume Penjualan	Responden

4. Tuntunan Dokumentasi

No	Data yang diraih	Sumber data
1	Sejarah berdirinya AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Jember Kota	Dokumen AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Jember Kota
2	Daftar nama dan jumlah agen asuransi	Dokumen AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Jember Kota
3	Macam-macam produk asuransi jiwa standar	Dokumen AJB Bumiputra 1912 Kantor Operasional Jember Kota



## ANGKET PENELITIAN

### I. Pengantar

Dengan hormat,

Demi kelancaran pengumpulan data penelitian tentang Pengaruh Pelaksanaan *Personal Selling* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Asuransi Jiwa Standar Pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota Tahun 2003, saya mohon kesediaan saudara/saudari untuk mengisi atau menjawab angket yang telah peneliti sediakan. Oleh karena itu sudilah sekiranya saudara/saudari untuk menjawab angket tersebut sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, dan peneliti akan menjamin kerahasiaannya.

Atas kesediaan saudara/saudari meluangkan waktu sejenak untuk mengisi angket ini saya ucapkan terima kasih.

### II. Identitas Responden

Nama :  
Jenis Kelamin :  
Masa/Lama Kerja :  
Pendidikan Terakhir :  
Alamat :

### III. Petunjuk Pengisian

- 1.1 Bacalah baik-baik setiap pertanyaan serta seluruh pilihan jawaban
- 1.2 Mohon pertanyaan ini dijawab sesuai dengan keadaan dan kenyataan yang sebenarnya.
- 1.3 Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang anda anggap benar.

## **I. Personal Selling**

### **a. Mencari dan menilai prospek (*prospecting*)**

1. Apakah anda perlu mencari calon nasabah dengan menanyakan kepada nasabah lama ?
  - a. Sangat perlu, karena dari nasabah lama bisa diperoleh calon nasabah yang merupakan nasabah lama itu sendiri, keluarga, kerabat dan mitra kerja dari nasabah tersebut.
  - b. Perlu, karena dari nasabah lama bisa diperoleh calon nasabah yang merupakan nasabah lama itu sendiri dan keluarganya.
  - c. Kurang perlu, karena dari nasabah lama hanya diperoleh calon nasabah yang merupakan nasabah lama itu sendiri.
2. Apakah anda perlu mencari calon nasabah dengan cara menanyakan kepada teman atau kenalan anda ?
  - a. Sangat perlu, karena dari referensi teman akan diperoleh calon nasabah yang merupakan teman itu sendiri, keluarga, kerabat dan mitra kerjanya.
  - b. Perlu karena dari referensi teman akan diperoleh calon nasabah yang merupakan teman itu sendiri dan keluarganya.
  - c. Kurang perlu, karena hanya teman itu sendiri yang akan menjadi calon nasabah.
3. Apakah anda perlu mencari calon nasabah dengan mendatangi berbagai rumah dan kantor baik milik pemerintah maupun swasta ?
  - a. Sangat perlu dan selalu mendatangnya.
  - b. Perlu meskipun kadang-kadang mendatangnya
  - c. Kurang perlu dan jarang mendatangnya
4. Apakah anda perlu melakukan penilaian berdasarkan tingkat penghasilannya untuk menentukan seseorang sebagai calon nasabah ?
  - a. Sangat perlu dan selalu menggunakannya sebagai dasar penilaian.
  - b. Perlu meskipun kadang menggunakannya sebagai dasar penilaian.
  - c. Kurang perlu dan jarang menggunakannya sebagai dasar penilaian.

**b. Pendekatan Awal (*Pre Approach*)**

5. Apakah anda perlu mencari informasi tentang siapa pengambil keputusan pembelian dari calon nasabah yang akan anda temui ?
  - a. Sangat perlu dan selalu berusaha mencari tahu.
  - b. Perlu meskipun kadang-kadang berusaha mencari tahu.
  - c. Kurang perlu dan jarang berusaha mencari tahu.
6. Apakah anda perlu mencari informasi tentang produk asuransi jiwa standar apa yang sudah ataupun yang belum dimiliki calon nasabah yang akan anda temui?
  - a. Sangat perlu dan selalu berusaha mencari tahu.
  - b. Perlu meskipun kadang-kadang berusaha mencari tahu.
  - c. Kurang perludan jarang berusaha mencari tahu.

**d. Pendekatan (*Approach*)**

7. Apakah anda membiasakan diri dengan berpenampilan rapi pada waktu menemui calon nasabah guna menarik perhatiannya ?
  - a. Sangat rapi, dengan berpakaian sesuai yang ditetapkan oleh perusahaan, bersepatu, membawa tas dan kartu identitas
  - b. Rapi, dengan berpakaian sesuai yang ditetapkan oleh perusahaan, bersepatu, membawa tas dan tanpa kartu identitas
  - c. Kurang rapi, dengan memakai kaos, sepatu sandal, tanpa membawa tas, dan kartu identitas
8. Apakah anda membiasakan untuk bersikap ramah pada saat memperkenalkan diri pada calon nasabah ?
  - a. Selalu bersikap ramah dan percaya diri
  - b. Kadang kurang bersikap ramah dan kurang percaya diri
  - c. Tidak pernah bersikap ramah dan tidak percaya diri

## **d. Presentasi Penjualan (*Presentation*)**

9. Apakah pada waktu presentasi penjualan anda menjelaskan secara rinci mengenai karakteristik, manfaat dan kelebihan dari produk asuransi jiwa standar pada calon nasabah?
  - a. Sangat rinci, dengan menjelaskan secara detail seluruh karakteristik, manfaat dan kelebihan dari produk asuransi jiwa standar yang ditawarkan
  - b. Rinci, dengan menjelaskan secara singkat karakteristik, manfaat, dan kelebihan dari produk asuransi jiwa standar yang ditawarkan
  - c. Kurang rinci, hanya menjelaskan sebagian karakteristik, manfaat, dan kelebihan dari produk asuransi jiwa standar yang ditawarkan

## **e. Mengatasi keberatan (*Handling Objections*)**

10. Bagaimana sikap anda dalam mengatasi keberatan-keberatan yang diajukan oleh calon nasabah untuk membeli produk asuransi jiwa standar yang anda tawarkan?
  - a. Mencari tahu apa yang membuat calon nasabah keberatan untuk membeli, kemudian memberikan penjelasan lebih lanjut, serta memberikan solusi dengan menawarkan produk lain yang dianggap cocok
  - b. Mencari tahu apa yang membuat calon nasabah keberatan untuk membeli, kemudian memberikan penjelasan lebih lanjut, tanpa memberikan solusi dengan tidak menawarkan produk lain yang dianggap cocok
  - c. Mencari tahu apa yang membuat calon nasabah keberatan untuk membeli, tanpa memberikan penjelasan lebih lanjut, dan tanpa memberikan solusi dengan tidak menawarkan produk lain yang dianggap cocok

## **f. Menutup Penjualan (*Closing*)**

11. Apakah anda mampu menutup penjualan yang diakhiri dengan keputusan pembelian oleh calon nasabah ?
  - a. Sangat mampu dengan sekali bertanya calon nasabah langsung memutuskan untuk membeli

- b. Mampu, dengan dua kali bertanya calon nasabah memutuskan untuk untuk membeli
- c. Kurang mampu, dengan lebih dari dua kali bertanya calon nasabah memutuskan untuk membeli

**g. Tindak lanjut Penjualan (*Follow-up*)**

12. Apakah anda mengunjungi kembali nasabah untuk menanyakan tingkat kepuasan, atau keluhan serta melakukan penawaran ulang untuk macam produk asuransi jiwa standar yang lain ?
- a. Selalu mengunjungi, setiap setelah terjadi penjualan
  - b. Kadang-kadang mengunjungi, jika ada waktu luang
  - c. Tidak pernah mengunjungi

**B. Volume penjualan**

1. Apakah anda mampu memperoleh premi pertama sesuai dengan target yang ditetapkan ?
- a. Sangat mampu, yaitu melebihi target yang ditetapkan
  - b. Mampu, yaitu sesuai dengan target yang ditetapkan
  - c. Kurang mampu, kurang dari target yang ditetapkan
2. Berapa total premi pertama yang dapat anda peroleh dari hasil penjualan produk asuransi jiwa standar selama tahun 2003 ?
- a. Rp. 173.879.863 – Rp. 259.779.643
  - b. Rp. 87.980.083 – Rp. 173.879.862
  - c. Rp. 2.080.302 – Rp. 87.980.082

### LEMBAR WAWANCARA

Wawancara yang ditujukan kepada Pimpinan Operasional AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota, adapun pertanyaannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah menurut pendapat Bapak peranan pelaksanaan *personal selling* jika dikaitkan dengan volume penjualan produk asuransi jiwa standar ?
2. Bagaimanakah proses *personal selling* ?
3. Produk asuransi jiwa standar apa saja yang ditawarkan oleh AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota ?
4. Meliputi wilayah mana sajakah yang menjadi daerah pemasaran produk asuransi jiwa standar AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota?

## IDENTITAS RESPONDEN

No	Nama	Masa Kerja (Tahun)	Pendidikan
1	Dra. Bingah Saestu	2	Sarjana
2	Nafi'ah	3	SMA
3	Suhariadi	5	SMA
4	Dra. Estu andriyani	3	Sarjana
5	Sugiri	2	SMA
6	Soebeki	25	SMA
7	Siti Aisyah	9	SMA
8	Ana Tumpiyana	2	Sarjana
9	Tri Joko Herutomo	2	Sarjana
10	Femmy Kristiawati	9	SMA
11	Dra. Saptarina	6	Sarjana
12	Eko Winarno	5	Sarjana
13	Machfud	10	SMA
14	Yulius	1	SMA
15	Fani Uria Dinata	6	SMA
16	Sri Agustin	3	Sarjana
17	Erna Erawati S.E	16	Sarjana
18	Sri Khasanah	3	Sarjana
19	Rina A. Triani	6	Sarjana
20	Wahyu Dewayani	5	Sarjana
21	Ainun Magribi	3	Sarjana
22	Susan Ririn Darwati	5	SMA
23	Erni Diah	5	Sarjana
24	Heriyanto	4	Sarjana
25	Tohari	5	SMA
26	Abdul Soleh	4	Sarjana
27	Erfin Andriyani	1	Sarjana
28	Imam Sutaji	5	Sarjana
29	Drs. Totok Sumartono	1	Sarjana
30	Samsul	2	SMA
31	Drs. Husaini	1	Sarjana
32	Wahdi	2	Sarjana

Sumber : AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota

## REKAPITULASI HASIL PENELITIAN

NO	PERSONAL SELLING												$\Sigma$	VOL PENJ		$\Sigma$
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		1	2	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	34	3	3	6
2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	30	3	2	5
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	33	3	3	6
4	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	1	3	27	2	2	4
5	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	1	2	27	1	2	3
6	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	34	3	3	6
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	3	3	6
8	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	28	3	2	5
9	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	1	2	27	2	1	3
10	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	33	3	3	6
11	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	31	2	3	5
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	34	3	3	6
13	3	2	3	3	2	2	3	3	3	1	3	3	31	2	3	5
14	1	3	1	2	3	2	3	1	2	3	2	2	25	2	2	4
15	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	34	3	3	6
16	2	3	1	3	2	3	3	3	2	3	2	3	30	2	2	4
17	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	35	3	3	6
18	2	2	2	3	2	2	3	2	3	1	2	2	26	2	2	4
19	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	29	2	3	5
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	34	3	3	6
21	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	28	2	2	4
22	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	30	2	3	5
23	2	2	3	3	2	3	3	3	3	1	2	2	29	3	2	5
24	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	34	3	3	6
25	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	32	3	2	5
26	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35	3	3	6
27	2	3	1	2	3	2	3	1	1	2	1	3	24	1	1	2
28	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	28	2	2	4
29	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	30	3	2	5
30	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	32	2	3	5
31	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	30	2	3	5
32	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	34	3	3	6

	per_sell	vol_jual
1	34	6
2	30	5
3	33	6
4	27	4
5	27	3
6	34	6
7	36	6
8	28	5
9	27	3
10	33	6
11	31	5
12	34	6
13	32	5
14	24	4
15	34	6
16	30	4
17	35	6
18	26	4
19	29	5
20	34	6
21	28	4
22	30	5
23	29	5
24	34	6
25	32	5
26	36	6
27	23	2
28	28	4
29	30	5
30	32	5
31	30	5
32	34	6

Rekapitulasi Hasil Data Primer

1. *Personal Selling*

a. Mencari dan Menilai Prospek (*Prospecting*)

NO	Butir-Butir Indikator	Nilai Jawaban					
		1		2		3	
		f	%	f	%	f	%
1	Mencari nasabah dengan menanyakan kepada nasabah lama	-	0	12	37,5	20	62,5
2	Mencari nasabah dengan menanyakan kepada teman/kenalan	-	0	9	28,13	23	71,87
3	Mencari nasabah dengan datang ke berbagai rumah, kantor baik milik pemerintah maupun swasta	-	0	17	53,13	15	46,87
4	Menilai calon nasabah berdasarkan tingkat penghasilan	-	0	12	3,75	20	62,5

b. Pendekatan Awal (*Pre Approach*)

NO	Butir-Butir Indikator	Nilai Jawaban					
		1		2		3	
		f	%	f	%	f	%
1	Mencari informasi tentang siapa pengambil keputusan dari calon nasabah.	-	0	9	28,13	23	71,87
2	Mencari tahu produk asuransi jiwa standar apa yang dibutuhkan calon nasabah.	-	0	17	53,13	15	46,87

c. Pendekatan (*Approach*)

N O	Butir-Butir Indikator	Nilai Jawaban					
		1		2		3	
		f	%	f	%	f	%
1	Penampilan rapi dari agen asuransi	-	0	-	0	32	100
2	Sikap ramah dari agen asuransi	2	6,25	5	15,63	25	75,12

d. Presentasi Penjualan (*Presentation*)

N O	Butir-Butir Indikator	Nilai Jawaban					
		1		2		3	
		f	%	f	%	f	%
1	Menjelaskan secara rinci mengenai karakteristik, manfaat dan kelebihan dari produk asuransi jiwa standar	1	3,13	12	37,5	19	59,37

e. Mengatasi Keberatan (*Handling Objection*)

N O	Butir-Butir Indikator	Nilai Jawaban					
		1		2		3	
		f	%	f	%	f	%
1	Mencari tahu apa yang membuat calon nasabah keberatan untuk membeli, kemudian memberikan penjelasan lebih lanjut, serta memberikan solusi dengan menawarkan produk asuransi jiwa standar lain yang dianggap cocok	3	9,38	7	21,87	22	68,75

f. Menutup Penjualan (*closing*)

NO	Butir-Butir Indikator	Nilai Jawaban					
		1		2		3	
		f	%	f	%	f	%
1	Menanyakan produk asuransi jiwa standar apa yang dibeli oleh calon nasabah	4	12,5	16	50	12	37,50

g. Tindak Lanjut Penjualan (*Follow up*)

NO	Butir-Butir Indikator	Nilai Jawaban					
		1		2		3	
		f	%	f	%	f	%
1	Mengunjungi kembali nasabah untuk menanyakan tingkat kepuasan, keluhan serta melakukan penawaran ulang untuk macam produk asuransi jiwa standar yang lain.	-	0	18	56,25	14	43,75

2) Volume Penjualan

NO	Butir-Butir Indikator	Nilai Jawaban					
		1		2		3	
		f	%	f	%	f	%
1	Pencapaian target penjualan	2	6,25	13	40,62	17	53,13
2	Total premi pertama yang dapat diperoleh	2	6,25	12	37,5	18	56,25

**Tabel Kerja Analisis Data**

No	X	Y	x	y	x.y	x <sup>2</sup>	y <sup>2</sup>
1	34	6	3.25	1.03125	3.35156	10.5625	1.06348
2	30	5	-0.75	0.03125	-0.02344	0.5625	0.00098
3	33	6	2.25	1.03125	2.32031	5.0625	1.06348
4	27	4	-3.75	-0.96875	3.63281	14.0625	0.93848
5	27	3	-3.75	-1.96875	7.38281	14.0625	3.87598
6	34	6	3.25	1.03125	3.35156	10.5625	1.06348
7	36	6	5.25	1.03125	5.41406	27.5625	1.06348
8	28	5	-2.75	0.03125	-0.08594	7.5625	0.00098
9	27	3	-3.75	-1.96875	7.38281	14.0625	3.87598
10	33	6	2.25	1.03125	2.32031	5.0625	1.06348
11	31	5	0.25	0.03125	0.00781	0.0625	0.00098
12	34	6	3.25	1.03125	3.35156	10.5625	1.06348
13	32	5	1.25	0.03125	0.03906	1.5625	0.00098
14	24	4	-6.75	-0.96875	6.53906	45.5625	0.93848
15	34	6	3.25	1.03125	3.35156	10.5625	1.06348
16	30	4	-0.75	-0.96875	0.72656	0.5625	0.93848
17	35	6	4.25	1.03125	4.38281	18.0625	1.06348
18	26	4	-4.75	-0.96875	4.60156	22.5625	0.93848
19	29	5	-1.75	0.03125	-0.05469	3.0625	0.00098
20	34	6	3.25	1.03125	3.35156	10.5625	1.06348
21	28	4	-2.75	-0.96875	2.66406	7.5625	0.93848
22	30	5	-0.75	0.03125	-0.02344	0.5625	0.00098
23	29	5	-1.75	0.03125	-0.05469	3.0625	0.00098
24	34	6	3.25	1.03125	3.35156	10.5625	1.06348
25	32	5	1.25	0.03125	0.03906	1.5625	0.00098
26	36	6	5.25	1.03125	5.41406	27.5625	1.06348
27	23	2	-7.75	-2.96875	23.0078	60.0625	8.81348
28	28	4	-2.75	-0.96875	2.66406	7.5625	0.93848
29	30	5	-0.75	0.03125	-0.02344	0.5625	0.00098
30	32	5	1.25	0.03125	0.03906	1.5625	0.00098
31	30	5	-0.75	0.03125	-0.02344	0.5625	0.00098
32	34	6	3.25	1.03125	3.35156	10.5625	1.06348
	<b>984</b>	<b>159</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>101.75</b>	<b>364</b>	<b>34.9688</b>

$$\bar{X} = \frac{\text{Sig. X}}{N} = \frac{984}{32} = 30.75 \qquad x = X - \bar{X}$$

$$\bar{Y} = \frac{\text{Sig. Y}}{N} = \frac{159}{32} = 4.96875 \qquad y = Y - \bar{Y}$$

	Mean	Std. Deviation	N
Volume Penjualan	4.97	1.062	32
Personal Selling	30.75	3.427	32

**Correlations**

		Volume Penjualan	Personal Selling
Pearson Correlation	Volume Penjualan	1.000	.902
	Personal Selling	.902	1.000
Sig. (1-tailed)	Volume Penjualan	.	.000
	Personal Selling	.000	.
N	Volume Penjualan	32	32
	Personal Selling	32	32

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Personal Selling <sup>a</sup>	.	Enter

- a. All requested variables entered.
- b. Dependent Variable: Volume Penjualan

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.902 <sup>a</sup>	.813	.807	.466

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics				
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.813	130.745	1	30	.000

- a. Predictors: (Constant), Personal Selling
- b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.442	1	28.442	130.745	.000 <sup>a</sup>
	Residual	6.526	30	.218		
	Total	34.969	31			

a. Predictors: (Constant), Personal Selling

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.627	.756		-4.796	.000
	Personal Selling	.280	.024	.902	11.434	.000



Model		Correlations		
		Zero-order	Partial	Part
1	(Constant) Personal Selling	.902	.902	.902

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

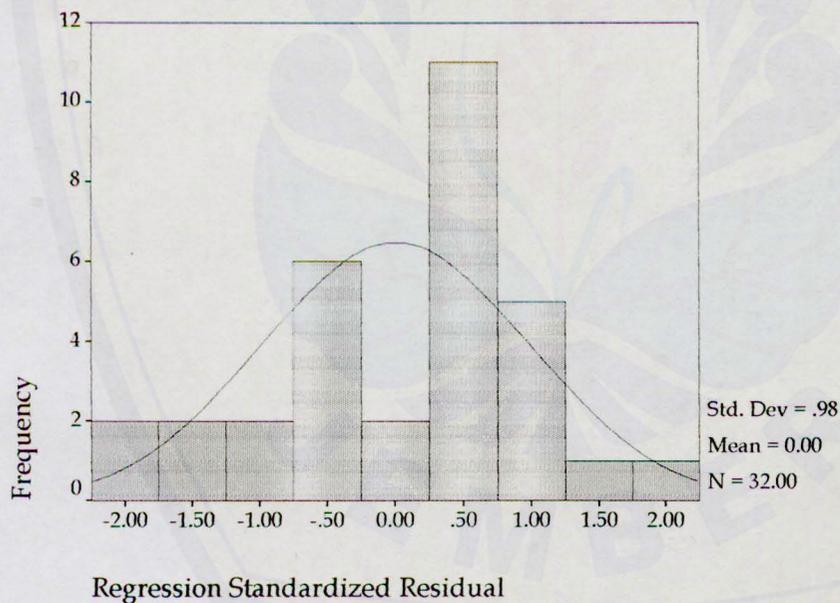
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.80	6.44	4.97	.958	32
Residual	-.92	.92	.00	.459	32
Std. Predicted Value	-2.262	1.532	.000	1.000	32
Std. Residual	-1.974	1.968	.000	.984	32

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

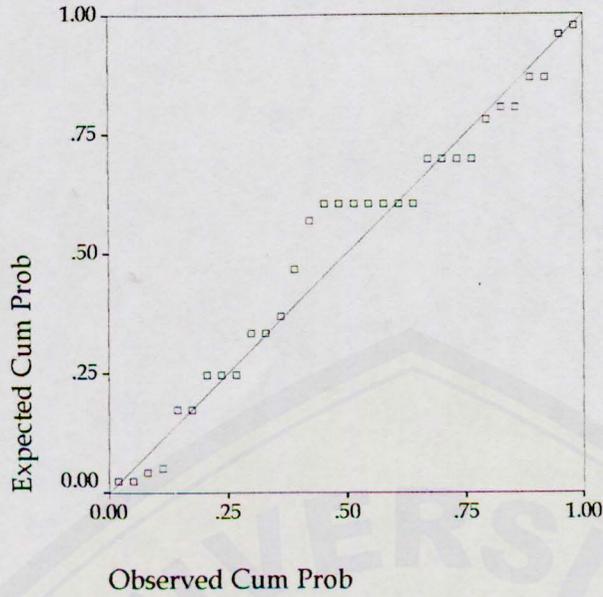
**Charts**

Histogram

Dependent Variable: Volume Penjualan

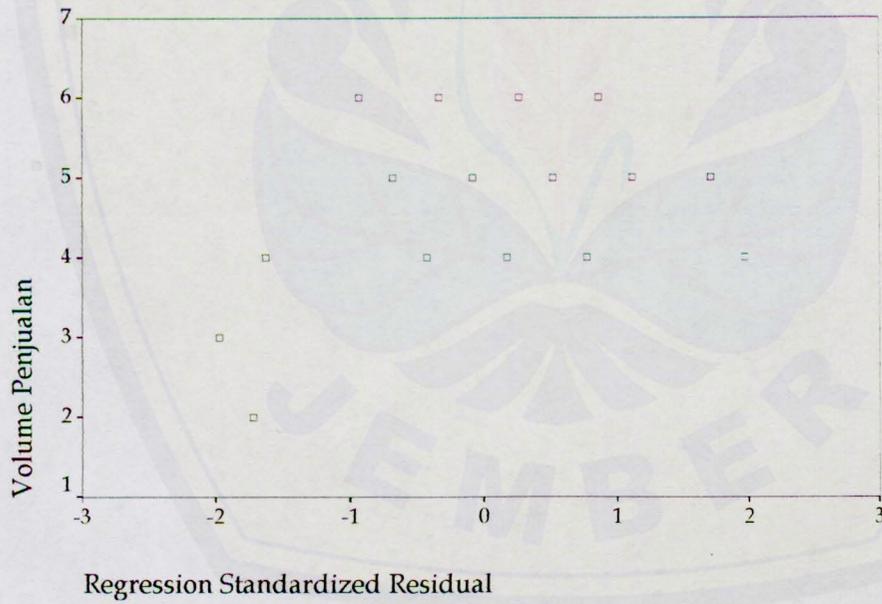


Dependent Variable: Volume Penjualan



Scatterplot

Dependent Variable: VOL\_JUAL



**TABEL KRITIS DISTRIBUSI F**

Nilai F dengan Taraf Signifikansi 5% (deretan atas) dan 1% (deretan bawah)

d.b. untuk RK Pembagi	d.b. untuk Rerata Kuadrat Pembilang							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161	200	216	225	230	234	237	238
	4052	4999	5403	5625	5764	5859	5928	5981
2	18,51	19,00	19,16	19,25	19,30	19,33	19,36	19,37
	98,49	99,00	99,17	99,25	99,30	99,33	99,34	99,36
3	10,13	9,55	9,28	9,12	9,01	8,94	8,88	8,84
	34,12	30,32	29,46	28,71	28,24	27,91	27,67	27,49
4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04
	21,20	18,00	16,69	15,98	15,52	15,21	14,98	14,84
5	5,51	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82
	15,26	13,27	12,06	11,39	10,97	10,67	10,45	10,27
6	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15
	13,74	10,92	9,78	9,15	8,75	8,47	8,26	8,10
7	5,59	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73
	12,25	9,55	8,42	7,85	7,45	7,19	7,00	6,84
8	5,32	4,46	4,07	3,84	3,69	3,58	3,50	3,44
	11,25	8,65	7,59	7,01	6,63	6,37	6,19	6,03
9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48	3,37	3,29	3,23
	10,35	8,02	6,95	6,42	6,06	5,80	5,62	5,47
10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	3,22	3,14	3,07
	10,04	7,56	6,55	5,99	5,64	5,39	5,21	5,06
11	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95
	9,55	7,20	6,22	5,67	5,32	5,07	4,88	4,74
12	4,75	3,88	3,49	3,26	3,11	3,00	2,92	2,85
	8,93	6,93	5,95	5,41	5,06	4,82	4,65	4,50
13	4,67	3,80	3,41	3,18	3,02	2,92	2,84	2,77
	9,07	6,70	5,74	5,20	4,86	4,62	4,44	4,30
14	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96	2,85	2,77	2,70
	8,86	6,51	5,56	5,03	4,69	4,46	4,28	4,14
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90	2,79	2,70	2,64
	8,68	6,36	5,42	4,89	4,56	4,32	4,14	4,00

Nilai F dengan Taraf Signifikansi 5% (deretan atas) dan 1% (deretan bawah)

d.b. untuk RK Pembagi	d.b. untuk Rerata Kuadrat Pembilang							
	1	2	3	4	5	6	7	8
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59
	8,53	6,23	5,29	4,77	4,44	4,20	4,03	3,89
17	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81	2,70	2,62	2,55
	8,40	6,11	5,18	4,67	4,34	4,10	3,93	3,79
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51
	8,28	6,01	5,09	4,58	4,25	4,01	3,85	3,71
19	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,55	2,48
	8,18	5,93	5,01	4,50	4,17	3,94	3,77	3,63
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,52	2,45
	8,10	5,85	4,94	4,43	4,10	3,87	3,71	3,56
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42
	8,02	5,78	4,87	4,37	4,04	3,81	3,65	3,51
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42
	8,02	5,78	4,87	4,37	4,04	3,81	3,65	3,51
22	4,30	3,44	3,03	2,82	2,66	2,55	2,47	2,40
	7,94	5,72	4,82	4,31	3,99	3,76	3,59	3,45
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64	2,53	2,45	2,38
	7,88	5,66	4,76	4,26	3,94	3,71	3,54	3,41
24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	2,51	2,43	2,36
	7,82	5,61	4,72	4,22	3,90	3,67	3,50	3,36
25	4,24	3,38	2,99	2,76	2,60	2,49	2,41	2,34
	7,77	5,57	4,68	4,18	3,86	3,63	3,46	3,32
26	4,22	3,37	2,98	2,74	2,59	2,47	2,39	2,32
	7,72	5,53	4,64	4,14	3,82	3,59	3,42	3,29
27	4,21	3,35	2,96	2,73	2,57	2,46	2,37	2,30
	7,68	5,49	4,60	4,11	3,79	3,56	3,39	3,26
28	4,20	3,34	2,95	2,71	2,56	2,44	2,36	2,29
	7,64	5,45	4,57	4,07	3,76	3,53	3,36	3,23
29	4,18	3,33	2,93	2,70	2,54	2,43	2,35	2,28
	7,60	5,42	4,54	4,04	3,73	3,50	3,33	3,20
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	2,42	2,34	2,27
	7,56	5,39	4,51	4,02	3,70	3,47	3,30	3,17

## ANALISIS MANUAL GARIS REGRESI

## 1. Persamaan Garis Regresi

$$\hat{y} = a + bX$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N} = \frac{159 - 0,2795(984)}{32}$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} = \frac{101,75}{364} = 0,2795$$

$$= \frac{159 - 275,028}{32}$$

$$= \frac{-116,028}{32}$$

$$= -3,625875$$

$$\hat{y} = -3,625875 + 0,2795X$$

## 2. Analisis Varian Garis Regresi

$$R_y = \sqrt{\frac{b \sum xy}{\sum y^2}} = \sqrt{\frac{0,2795(101,75)}{34,9688}}$$

$$= \sqrt{\frac{28,439125}{34,9688}}$$

$$R_y^2 = \sqrt{0,81327}$$

$$R = 0,9018$$

## 3. Uji Signifikansi

$$F_{reg} = \frac{R^2(N - m - 1)}{m(1 - R^2)} = \frac{0,81327(32 - 1 - 1)}{1 - (1 - 0,81327)}$$

$$= \frac{24,3981}{1(0,18673)}$$

$$= \frac{24,39,81}{0,18673}$$

$$= 130,65977$$

## KARTU INFORMASI PROSPEK (KARIP)

### DATA KEPALA KELUARGA

1. Nama Lengkap : ABD SYUKUR  
 2. Tempat & Tanggal Lahir : JEMBER 29-09-1967  
 3. Alamat Lengkap : JLN HOS COKROAMINOTO 54 TANGGUL  
 4. Pekerjaan / Jabatan : SWASTA  
 5. Agama / Suku : ISLAM / JAWA  
 6. Hobby : AUTOMOTIF

### DATA KELUARGA

1. Nama Istri : ASTUTI  
 2. Tempat & Tanggal Lahir : JEMBER 11-10-1969  
 3. Pekerjaan / Jabatan :  
 4. Agama / Suku : ISLAM  
 5. Hobby :  
 6. Data Anak : 2 ANAK

No.	Nama Anak	Tempat & Tanggal Lahir	Keterangan
1.	RISKI	15 th	
2.	AINA	9 th	
3.			
4.			
5.			

### PERKIRAAN PENGHASILAN

1. Penghasilan Suami : Rp. 3.500.000  
 2. Penghasilan Istri : Rp. 2.000.000  
 3. Penghasilan lain-lain : Rp. \_\_\_\_\_  
 Jumlah : Rp. 5.500.000

### DATA-DATA LAIN

1. Pengambil Keputusan dalam Keluarga : Suami / Istri / SUAMI  
 2. Waktu Luang : Pagi Jam \_\_\_\_\_, Siang Jam \_\_\_\_\_, Sore Jam 16.00 WIB  
 3. Mempunyai Polis pada AJB Bumiputra 1912

No. Pol	MACAS	MULAS	U.P.	PREMI	KETERANGAN

4. Mempunyai Polis pada Perusahaan lain

No. Pol	MACAS	MULAS	U.P.	PREMI	PERUSAHAAN

**SURAT PERMINTAAN ASURANSI JIWA**

HARAP DIISI DENGAN HURUF CETAK

NOMOR KD

**DATA CALON PEMEGANG POLIS**

YANG BERTANDA TANGAN DIBAWAH INI, SAYA CALON PEMEGANG POLIS :

TN/NY/NN/PS :  **TN** JENIS KELAMIN  **1** 1= PRIA 2= WANITA

NAMA LENGKAP :  **ABID. SYUKUR**

LAHIR DI KOTA :  **JEMBER** TGL. LAHIR :  **29/09/67**

BERDASARKAN :  **KTP** NOMOR :  **290967/06615/12.2004/2001**

WARGANEGARA :  **1** 1= INDONESIA 2= ASING STATUS  **1** 1= KAWIN 2= BLM KAWIN 3= JANDA/DUDA

PEKERJAAN :  **SWAISTA**

● STATUS / JABATAN :  **WIRASWATA**

● LEMBAGA / PERUSAHAAN :

ALAMAT PEKERJAAN :  **JLN HOIS COKROAMINOTU 54 TAMGUL**

KOTA :  **JEMBER** KODE POS

ALAMAT RUMAH :  **JLN HOIS COKROAMINOTU 54 TAMGUL**

KOTA :  **JEMBER** KODE POS

PREMI DIBAYAR DI :  **3** 1= KANTOR AJB BUMIPUTERA 1912 2= ALAMAT PEKERJAAN 3= ALAMAT RUMAH 4= BANK

MENGAMBIL ASURANSI ATAS JIWA DARI CALON TERTANGGUNG  **1** 1= SAMA DENGAN CALON PEMEGANG POLIS 2= TIDAK SAMA DENGAN CALON PEMEGANG POLIS

**DATA CALON TERTANGGUNG**

HANYA DIISI JIKA CALON TERTANGGUNG TIDAK SAMA DENGAN CALON PEMEGANG POLIS

TN/NY/NN :  JENIS KELAMIN  1=PRIA 2=WANITA

NAMA LENGKAP :

LAHIR DI KOTA :  TGL. LAHIR :

BERDASARKAN :  NOMOR :

WARGANEGARA :  INDONESIA / ASING STATUS  1= KAWIN 2= BLM KAWIN 3= JANDA/DUDA

PEKERJAAN :

● STATUS / JABATAN :

● LEMBAGA / PERUSAHAAN :

ALAMAT RUMAH :

KOTA :  KODE POS

HUBUNGAN CALON TERTANGGUNG DENGAN CALON PEMEGANG POLIS :

- 1 = ISTERI/SUAMI/ANAK SAH/ORANG TUA KANDUNG.
- 2 = BADAN HUKUM ( PT/CV/FA/KOPERASI DENGAN KARYAWANNYA ).
- 3 = KREDITUR BERBADAN HUKUM DENGAN DEBITUR.

DATA ASURANSI

UMUR CALON TERTANGGUNG 36 TAHUN.

MACAM ASURANSI 05 : Dana Bahagia.

MASA ASURANSI 07 TAHUN

JENIS MATA UANG 1 1 = RUPIAH 2 = STANDARD US \$

UANG PERTANGGUNGAN 12000000

AVIASI 1 1 = CREW A 2=CREW B 3=PENUMPANG B;  
470 4 = BUKAN CREW DAN BUKAN PENUMPANG B

RIDER ( RISIKO KECELAKAAN ) KELAS 1

JENIS RISIKO 1 KELIPATAN 1 X UP AWAL

JENIS PERTANGGUNGAN 1 1=NON MEDICAL  
476 2=MEDICAL

MULAI ASURANSI 01/11/03

KHUSUS UNTUK BEASISWA, UANG PERTANGGUNGAN  
DIBAYARKAN SECARA 1 1=BLN 2=TRW 3= 1/2 THN  
483 4=THN 5=SEKALIGUS

SELAMA 1 TAHUN SEBESAR 1

MANFAAT ASURANSI TERSEBUT ADALAH :

- 
- 
- 
- 

CARA PEMBAYARAN PREMI 2 1 = BULANAN  
486 2 = TRIWULANAN  
3 = SETENGAH TAHUNAN  
4 = TAHUNAN  
5 = TUNGGAL  
6 = SEKALIGUS

MASA PEMBAYARAN PREMI 05 TAHUN ATAU SAMPAI AKHIR  
487 TAHUN POLIS, JIKA TERTANGGUNG MENINGGAL DUNIA

RINCIAN TITIPAN PREMI :

PREMI DASAR 1140764000

REDUKSI 0000000000

MEDICAL KELAS 0000000000

AVIASI 0000000000

RESIKO KECELAKAAN 0000000000

RESIKO WAIVER 0000000000

JUMLAH 1140764000

KURS JUAL 00000000

BIAYA POLIS 15000000

JUMLAH TITIPAN PREMI 1142264000

DATA POLIS LAIN

CALON TERTANGGUNG TELAH DIASURANSIKAN SEBELUMNYA (MASIH BERLAKU) DAN ATAU SEDANG DIAJUKAN PERMINTAAN ASURANSI LAIN ATAS JIWANYA PADA AJB BUMIPUTERA 1912 DENGAN DATA SEBAGAI BERIKUT :

NO. POLIS / NO. KD	MULAI ASURANSI	MACAM ASURANSI	MATA UANG * )	UANG.PERTANGGUNGAN
507	515	521	523	524
534	542	548	550	551
561	569	575	577	578
588	596	602	604	605

\*) PENJELASAN : JENIS MATA UANG DIISI 1 UNTUK RUPIAH, 2 UNTUK STANDARD/INDEKS US DOLLAR  
LANJUTAN 1 DIISI ANGKA 1 JIKA MASIH ADA POLIS LAINNYA YANG AKAN DISEBUTKAN, YAITU :

NO.POLIS/NO. KD	MULAI ASURANSI	MACAM ASURANSI	MATA UANG	BESARNYA UANG PERTANGGUNGAN

KODE RISIKO 1 TANDA TANGAN KEPALA ADMINISTRASI

MEDICAL KELAS : 1

KODE SELEKSI : 0123456789



## PERNYATAAN CALON PEMEGANG POLIS DAN CALON TERTANGGUNG

1. SAYA MENYETUJUI SYARAT - SYARAT UMUM DAN SYARAT - SYARAT KHUSUS YANG BERLAKU UNTUK ASURANSI INI.
2. SAYA MENERANGKAN BAHWA ISIAN/KETERANGAN - KETERANGAN DALAM SURAT PERNYATAAN INI MAUPUN DALAM KETERANGAN PEMERIKSAAN KESEHATAN TELAH SAYA BERIKAN SESUAI DENGAN YANG SEBENARNYA DAN SAYA MENYADARI JIKA ADA KETERANGAN - KETERANGAN YANG TIDAK BENAR, AJB BUMIPUTERA 1912 BERHAK MEMBATALKAN ASURANSI INI DAN TIDAK DIWAJIBKAN MENGEMBALIKAN UANG PREMI YANG TELAH DITERIMA OLEH AJB BUMIPUTERA 1912, MAUPUN MEMBAYAR UANG PERTANGGUNGAN.
3. SAYA MENYETUJUI BAHWA DENGAN DITUNJUKNYA TEMPAT PEMBAYARAN PREMI DI ALAMAT PEKERJAAN/LAIN ATAU DI ALAMAT RUMAH, TIDAK DAPAT MEMBEBASAKAN SAYA DARI KEWAJIBAN MENYAMPAIKAN PEMBAYARAN PREMI KEPADA AJB BUMIPUTERA 1912, JIKA KARENA SESUATU HAL PEMUNGUTAN OLEH AJB BUMIPUTERA 1912 TIDAK DILAKUKAN TEPAT PADA WAKTUNYA.
4. SAYA MENYETUJUI BAHWA ASURANSI INI MULAI BERLAKU SEJAK POLIS DITERBITKAN ATAU AKSEPTASI DIKELUARKAN, DAN JIKA KEWAJIBAN MEMBAYAR PREMI PERTAMA TELAH SAYA LUNASI.
5. UNTUK MEMASTIKAN SEBAB-SEBAB KEMATIAN, SAYA SETUJU JIKA DOKTER - DOKTER MEMERIKSA LEBIH LANJUT (TERMASUK DI OTOPSI) APABILA DIPERLUKAN OLEH YANG BERWAJIB.

TANDA TANGAN CALON TERTANGGUNG

TANDA TANGAN CALON PEMEGANG POLIS

( In. Abd Syukur. )

( In. Abd. Syukur. )

### PERNYATAAN PETUGAS PENUTUP

SAYA YANG BERTANDA TANGAN DIBAWAH INI MENERANGKAN DENGAN SESUNGGUHNYA BAHWA :

1. BERDASARKAN PENGAMATAN SAYA, CALON TERTANGGUNG BERADA DALAM KEADAAN SEHAT WALAFIAT TIDAK SEDANG MENDERITA SUATU PENYAKIT, TIDAK MEMILIKI KELAINAN FISIK MAUPUN MENTAL & MEMPUNYAI KEBIASAAN HIDUP YANG BAIK.
2. SAYA TELAH MENJELASKAN SECARA RINCI DAN BENAR TENTANG MACAM ASURANSI INI KEPADA CALON PEMEGANG POLIS DAN CALON TERTANGGUNG.
3. BERDASARKAN PENGAMATAN SAYA, JUMLAH UP DALAM SURAT PERMINTAAN INI TERMASUK POLIS - POLIS LAIN YANG DIMILIKI SESUAI DENGAN NILAI EKONOMI DARI CALON TERTANGGUNG.
4. SAYA TELAH MELIHAT DAN MENELITI KARTU IDENTITAS TERTANGGUNG (KTP/SIMPASPOR).
5. SAYA BERSEDIA MENANGGUNG SEGALA AKIBATNYA BILA TERNYATA PERNYATAAN INI TIDAK BENAR.

TANDA TANGAN PENUTUP

( ..... )

NAMA AGEN : \_\_\_\_\_ NOMOR

NAMA AK/KU/PD/PR/PI : \_\_\_\_\_ NOMOR

KODE KANTOR PENUTUP :  KODE UNIT PEMBAYARAN PREMI :  KODE AGEN PENGUTIP

HANYA DIISI DAN DIPARAF OLEH KASIR :		PARAF
JITIPAN PREMI : RP. <input type="text" value="853"/>		KASIR
NOMOR BUKTI KAS <input type="text" value="865"/>		
TANGGAL <input type="text" value="869"/> / <input type="text" value="871"/> / <input type="text" value="873"/>		PENGAWAS KAS
KURS US \$ 1 = RP		
SERI KUITANSI NO <input type="text" value="875"/>		

Kebenaran Data dan Pengisian SP ini telah di chek dan di Recheck ,

( ..... )  
Pemimpin Rayon



DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Alamat: Jl. Kalimantan III/3 kampus Tegalboto Kotak Pos 162 Telp/Fax (0331) 33-4988  
Jember 68121

Nomor : 2 8 3 3/J25.1.5/PL5/2004  
Perihal : Ijin Penelitian

25 AUG 2004

Kepada. : Yth. Sdr. Pimpinan AJB Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember  
Kota  
di  
Jember

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember  
menerangkan bahwa, Mahasiswa tersebut di bawah ini :

N a m a : Suwarti

N I M : 990 210 30 1060

Jurusan/Program Studi : IPS / Pendidikan Ekonomi

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud  
melaksanakan penelitian di lembaga Saudara dengan judul :

**“Pengaruh Pelaksanaan *Personal Selling* Terhadap Peningkatan  
Volume Penjualan Produk Asuransi Jiwa Standar Pada Asuransi Jiwa  
Bersama (AJB) Bumiputera 1912 Kantor Operasional Jember Kota  
Tahun 2003”**

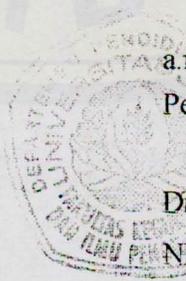
Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon perkenan Saudara agar  
memberikan ijin, dan sekaligus bantuan informasi yang diperlukannya.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya kami mengucapkan terima kasi

a.n Dekan,  
Pembantu Dekan I

Drs. H. Misno AL, M.Pd

NIP. 130 937 191





Jember, 1 September 2004

No : 138/Jni/OBS/Um/III/2004  
Dari : Kantor Operasional Jember Kota  
Untuk : Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Hai : Kesiediaan Ijin Peneelitian

Menanggapi surat dari Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan No. 2833/J25.1.5/PL5/2004 tentang hal tersebut diatas guna kelengkapan persyaratan Ujian Sarjana Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Maka pada kesempatan ini kami tidak keberatan memberikan ijin dan bantuan informasi yang diperlukan mahasiswa:

Nama : SUWARTI  
Nim : 99 021 030 1060  
Jurusan/Program studi : IPS/Pendidikan Ekonomi

Demikian surat pemberitahuan dari kami, atas kerja samanya kami ucapkan terimakasih.

AJB Bumiputera 1912,  
Kantor Operasional Jember Kota



**BEKTI WALUYO, S.Pd.**  
Kepala Unit Adm. & Keuangan

## LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : SUWARTI  
 NIM/Angkatan : 990210301060 / 1999  
 Jurusan/Prog. Studi : PENDIDIKAN IPS / PENDIDIKAN EKONOMI  
 Judul Skripsi : PENGARUH PELAKSANAAN PERSONAL SELLING TERHADAP  
 PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PRODUK ASURANSI  
 JIWA STANDAR PADA ASURANSI JIWA BERSAMA (AJB)  
 BUMIPUTERA 1912 KANTOR OPERASIONAL JEMBER KOTA TAHUN 2003  
 Pembimbing I : Drs. UMAR. H.M. SALEH, M.Si  
 Pembimbing II : Dra. MURTININGSIH

### KEGIATAN KONSULTASI

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	T.T Pembimbing
1	Kamis 9-11-2003	ACC Judul	
2	Senin 1-3-2004	Matrik + BAB I	
3	Selasa 4-9-2004	BAB I + II + III + ANKET	
4	Kamis 17-6-2004	BAB I + II + III + ANKET	
5	Sabtu 19-6-2004	BAB I + II + III + ANKET	
6	Rabu 23-6-2004	BAB I + II + III + ANKET	
7	Sabtu 26-6-2004	BAB I + II + III + ANKET	
8	Selasa 5-10-2004	BAB IV + V	
9	Selasa 12-10-2004	BAB IV + V	
10	Jumat 15-10-2004	BAB IV + V	
11	Senin 18-10-2004	ACC UJIAN	
12			
13			
14			
15			

#### Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

## LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : SUWARTI  
 NIM/Angkatan : 990210301060 / 1999  
 Jurusan/Prog. Studi : PENDIDIKAN IPS / PENDIDIKAN EKONOMI  
 Judul Skripsi : PENBARUAN PELAKSANAAN PERSONAL SELLING TERHADAP  
 PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PRODUK ASURANSI  
 JIWA STANDAR PADA ASURANSI JIWA BERSAMA (AJB)  
 BUMIPUTERA 1912 KANTOR OPERASIONAL JEMBER KOTA TAHUN 2003  
 Pembimbing I : Drs. UMAR. H.M. SALEH, M.Si  
 Pembimbing II : Dra. MURTININGSIH

### KEGIATAN KONSULTASI

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	T.T Pembimbing
1	Sabtu 11-11-2003	ACC Judul	
2	Selasa 2-3-2004	Matrik + BAB I	
3	Rabu 5-4-2004	BAB I + II + III + ANGGKET	
4	Jumat 18-6-2004	BAB I + II + III + ANGGKET	
5	Sabtu 19-6-2004	BAB I + II + III + ANGGKET	
6	Kamis 24-6-2004	BAB I + II + III + ANGGKET	
7	Kamis 1-7-2004	ACC Seminar	
8	Jumat 15-10-2004	BAB IV + V	
9	Sabtu 23-10-2004	ACC UJIAN	
10			
11			
12			
13			
14			
15			

#### Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas

1. Nama : Suwarti
2. Tempat, Tanggal Lahir : Ngawi, 16 Agustus 1980
3. Agama : Islam
4. Nama Ayah : Surowo
5. Nama Ibu : Kadinem
6. Alamat : Dsn. Blego RT/RW 10/06, Ds. Ngale, Kc. Paron, Kab. Ngawi, Jawa Timur

### B. Riwayat Hidup

- |                 |             |      |
|-----------------|-------------|------|
| 1. SDN Ngale IV | Tahun Lulus | 1993 |
| 2. SMPN 2 Ngawi | Tahun Lulus | 1996 |
| 3. SMUN 2 Ngawi | Tahun Lulus | 1999 |

### C. Karya Tulis Ilmiah

1. Skripsi