

**IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING AGEN PT.  
PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE DALAM PENJUALAN  
POLIS PRU CRITICAL BENEFIT 88**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

SKRIPSI

**PATRICIA**

**0000042835**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

**IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING AGEN PT.  
PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE DALAM PENJUALAN  
POLIS PRU CRITICAL BENEFIT 88**



**SKRIPSI**

**PATRICIA**

**0000042835**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Patricia  
NIM : 00000042835  
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis/Skripsi/Tugas Akhir/Laporan Magang/MBKM saya yang berjudul:

**“IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING AGEN PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE DALAM PENJUALAN POLIS PRU CRITICAL BENEFIT 88”**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 03/06/2024

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



(Patricia)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

### **IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING AGEN PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE DALAM PENJUALAN POLIS PRU CRITICAL BENEFIT 88**


Oleh

Nama : Patricia  
NIM : 00000042835  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi


Telah diujikan pada hari Kamis, 13 Juni 2024  
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

  
Dian  
Nuranindya,  
S.E., M.Si.  
2024.06.22  
23:11:52  
+07'00'  
Dian Nuranindya, S.E., M.Si.  
NIDN 0314128502

Penguji

  
Digitally signed by  
Mujiono Sandim  
Date: 2024.06.21  
10:12:38 +07'00'  
Mujiono, S.I.Kom., M.I.Kom.  
NIDN 0315108802

Pembimbing

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si.  
NIDN 0320079201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.  
NIDN 0304078404

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Patricia  
NIM : 00000042835  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : Implementasi Personal Selling Agen Pt. Prudential  
Life Assurance Dalam Penjualan Polis Pru Critical Benefit 88

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- o Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 3 Juni 2024



(Patricia)

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa, karena atas rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul "Implementasi *Personal Selling* Agen PT. Prudential Life Assurance Dalam Penjualan Polis Pru Critical Benefit 88". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Dalam pengerjaan skripsi ini, saya telah menerima banyak bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Dengan itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Keluarga saya, yakni kedua orang tua saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Billy Kencana Siswanto, Bapak Lie Phin Tjong, dan Ibu Helisa, selaku Agency Director di PT. Prudential Life Assurance yang telah bersedia menjadi partisipan dalam skripsi ini.
7. Sahabat saya, Fanny Winata, Valerie Tjaman dan Felicia Greta Tanjaya yang telah memberikan semangat untuk saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dalam bidang ilmu komunikasi serta dapat menjadi referensi bagi pembaca yang membutuhkan.

Tangerang, 3 Juni 2024



(Patricia)



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING AGEN PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE DALAM PENJUALAN POLIS PRU CRITICAL BENEFIT 88

(Patricia)

## ABSTRAK

Perusahaan asuransi telah melalui masa kelam dalam dunia bisnis selama 5 tahun belakangan. Banyaknya jumlah agen asuransi di Indonesia tidak menjadikan seluruh agen menjadi produktif dan aktif. Jika dilihat dari data, masih ada peluang pasar yang besar yakni 93,4% masyarakat yang berpotensi untuk menjadi nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi *personal selling* agen PT. prudential life assurance dalam penjualan polis pru critical benefit 88. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus agar dapat menganalisa pandangan tenaga pemasar PT. Prudential Life Assurance secara lebih fokus dan mendalam tentang implementasi *personal selling* kepada nasabah Pru *Critical Benefit* 88. Teori Pengurangan Ketidakpastian dan Konsep *Personal Selling* menjadi pisau dalam penelitian ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa agen asuransi harus memahami setiap tahapan pada strategi *personal selling*, memberikan impresi yang baik pada pertemuan awal dengan calon nasabah, memiliki pengetahuan produk yang baik sehingga dapat meningkatkan kepercayaan diri dan dapat mengatasi *objection* dari calon nasabah, serta pentingnya melakukan pelayanan yang baik sehingga kepercayaan dan kepuasan nasabah dapat dipertahankan. Hal lain yang ditemukan bahwa testimoni nasabah tidak menjadi aspek penting pada saat presentasi karena dianggap tidak mendorong kepercayaan nasabah untuk membeli produk pada tahapan closing. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa di setiap langkah *personal selling* yang dilakukan oleh agen terdapat faktor penting yang perlu diperhatikan untuk membangun kepercayaan nasabah.

**Kata kunci:** *Agan Asuransi, Asuransi Jiwa, Personal Selling, Teori Pengurangan Ketidakpastian*

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



**PERSONAL SELLING IMPLEMENTATION OF PT.  
PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE AGENTS IN PRU CRITICAL  
BENEFIT 88 POLICY SALES**

(Patricia)

**ABSTRACT**

*Insurance companies have gone through dark times in the business world over the past 5 years. The large number of insurance agents in Indonesia does not mean that all agents are productive and active. If you look at the data, there is still a large market opportunity, namely 93.4% of people who have the potential to become customers. This research aims to determine the implementation of personal sales agents at PT. prudential life assurance in the sale of pru critical benefit policies 88. This research uses a qualitative approach with a case study method in order to analyze the energy views of PT marketers. Prudential Life Assurance is more focused and in-depth about the implementation of personal selling to Pru Critical Benefit customers 88. Uncertainty Reduction Theory and the Concept of Personal Selling are the tools in this research. This research shows that insurance agents must understand each stage of the personal sales strategy, give a good impression at the initial meeting with prospective customers, have good product knowledge so that they can increase self-confidence and overcome objections from prospective customers, as well as the importance of providing good service. So that, customer trust and satisfaction can be maintained. Another thing that was found was that customer testimonials were not an important aspect during the presentation because they were deemed not to encourage customer confidence in purchasing the product at the closing stage. Thus, it can be concluded that in every personal selling step carried out by agents there are important factors that need to be considered to build customer trust.*

**Keywords:** *Insurance Agent, Life Insurance, Personal Selling, Uncertainty Reduction Theory*

U M W N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

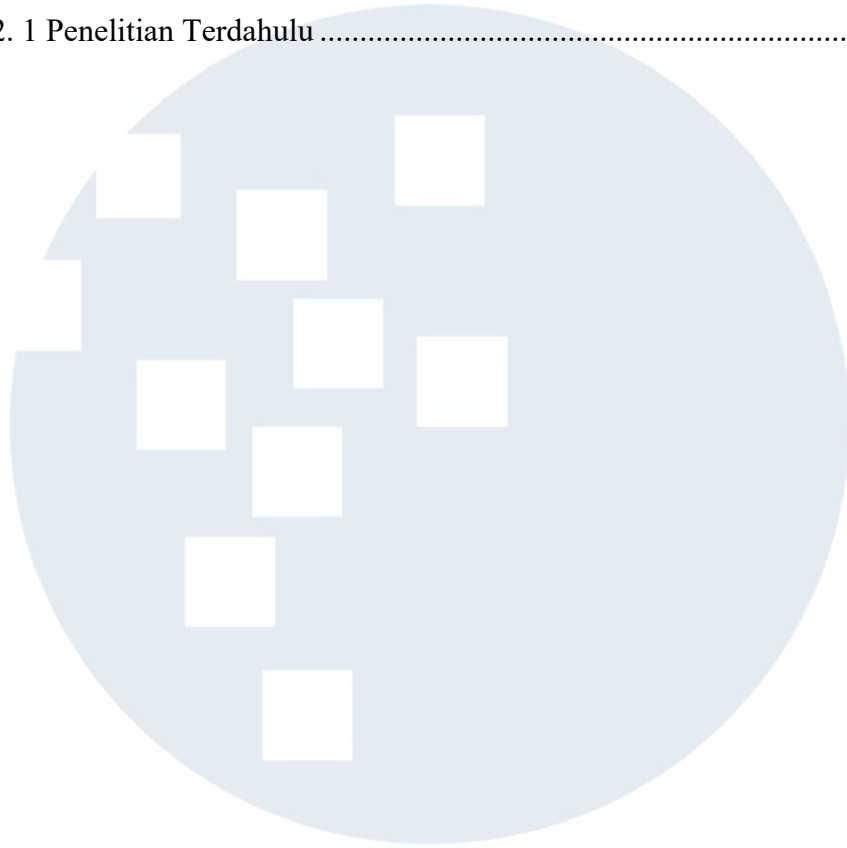
## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	13
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Kegunaan Penelitian .....	13
1.5.1 Kegunaan Akademis .....	13
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	13
1.5.3 Kegunaan Sosial .....	13
1.5.4 Keterbatasan Penelitian.....	14
<b>BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP.....</b>	<b>15</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan.....	19
2.3 Membangun Kepercayaan Nasabah dalam Industri Asuransi.....	26
2.4 Produk Asuransi PT. Prudential Life Assurance.....	27
2.5 Alur Penelitian .....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	30
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	31
3.3 Metode Penelitian.....	32

3.4	Partisipan .....	34
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6	Keabsahan Data .....	35
3.7	Teknik Analisis Data.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>37</b>
4.1	Objek dan Subjek Penelitian.....	37
4.1.1	Subjek penelitian.....	37
4.1.2	Objek penelitian .....	38
4.2	Hasil Penelitian.....	41
4.2.1	Agen asuransi dapat mencari list prospek dari berbagai sumber	42
4.2.2	Latar belakang calon prospek menjadi faktor penentu strategi penjualan .....	44
4.2.3	Impresi yang baik agen asuransi menjadikan pertimbangan calon prospek membeli polis.....	48
4.2.4	Agen asuransi harus memiliki <i>product knowledge</i> yang baik terhadap <i>customer knowledge</i> .....	52
4.2.5	<i>Handling objections</i> dengan tepat dapat meningkatkan peluang penjualan polis .....	56
4.2.6	Kepekaan emosional kepada nasabah untuk <i>trial closing</i> .....	58
4.2.7	<i>Servicing</i> menjadi aspek penting dalam mempertahankan hubungan baik dengan nasabah.....	61
4.3	Pembahasan .....	64
4.3.1	<i>Personal selling</i> pada produk asuransi.....	64
4.3.2	Industri asuransi berkaitan dengan Teori Pengurangan Ketidakpastian ( <i>Uncertainty Reduction Theory</i> ) .....	70
4.3.3	Membangun hubungan dengan nasabah berkaitan dengan <i>brand trust</i> .....	74
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>76</b>
5.1	Simpulan .....	76
5.2	Saran.....	77
5.2.1	Saran Akademis .....	77
5.2.2	Saran Praktis .....	77
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	16
---------------------------------------	----



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Premi dan Kontribusi di Indonesia (2018-2022) .....	3
Gambar 1. 2 Penetrasi dan Densitas Industri Perasuransi Indonesia (2018-2022) .	3
Gambar 1. 3 Survei OJK Terhadap Industri Perasuransian (2018-2022) .....	4
Gambar 1. 4 Prudential sebagai Top Brand Asuransi Jiwa.....	10
Gambar 1. 5 Prudential sebagai Asuransi Terbaik dan Terkuat dengan Aset di atas Rp 20 Triliun.....	10
Gambar 2. 1 Bagan Alur Penelitian.....	29



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	81
Lampiran B Hasil Turnitin.....	82
Lampiran C Panduan Wawancara.....	83
Lampiran D Transkrip Wawancara.....	83
Lampiran E Bukti Wawancara.....	105

