

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi *personal selling* agen PT. Prudential Life Assurance dalam penjualan polis Pru Critical Benefit 88. Produk PCB 88 menjadi produk yang pada umumnya ditawarkan oleh agen asuransi setelah calon prospek memiliki produk kesehatan untuk rawat inap. Setelah melakukan analisis mendalam pada data penelitian, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut.

Teknik *personal selling* menjadi modal tenaga pemasar (agen asuransi) dalam penjualan produk asuransi. Maka dari itu, agen asuransi harus memahami dengan baik di setiap tahapannya. Kemudian, Impresi yang baik di pertemuan awal antara agen asuransi dan calon prospek menjadi penting karena akan menentukan kenyamanan dari calon prospek itu sendiri. Berbagai cara dilakukan oleh agen asuransi seperti *ice breaking*, bercermin jika dirinya sebagai nasabah dan melakukan *softselling* agar calon prospek tidak merasa diintimidasi. Selain itu, memahami dengan baik produk yang akan ditawarkan juga menjadi aspek penting bagi agen asuransi karena dapat menambah kepercayaan dirinya, khususnya di saat mengatasi *objection* dari calon nasabah sehingga dapat membangun kepercayaan nasabah. *Servicing* yang memuaskan ikut serta menjadi kunci pengembangan bisnis di industri asuransi. Dengan adanya kepuasan nasabah, referensi akan semakin mudah didapatkan.

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 sehingga peran dan penguasaan produk yang dimiliki agen yang akan lebih berperan dalam menentukan kepercayaan nasabah tersebut. Selain itu, Teori Pengurangan Ketidakpastian berkaitan dengan langkah *personal selling* yang dilakukan oleh para agen asuransi. Hal ini dapat dilihat dari ada proses fase masuk untuk melakukan percakapan awal, fase pribadi untuk

menawarkan produk karena topik akan lebih mengerucut, beserta dengan fase keluar yang menentukan lanjut atau tidaknya suatu percakapan. Kemudian, terdapat cara pengenalan nasabah yang dilakukan berbeda oleh tenaga pemasar, yakni penggunaan strategi pasif, aktif, dan interaktif dalam Teori Pengurangan Ketidakpastian. Dalam hal ini, waktu juga menjadi faktor penentu keterbukaan diri seseorang sehingga dapat mengurangi ketidakpastian.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Saran akademis untuk penelitian ini adalah agar ke depannya dapat menampilkan sisi *personal selling* dari produk asuransi jiwa lainnya dari berbagai perusahaan asuransi selain PT. Prudential Life Assurance agar penerapan *personal selling* dan *handling objection* suatu produk lebih bervariasi.

5.2.2 Saran Praktis

Hasil penelitian ini memiliki saran praktis bagi para Agency Director untuk dapat memberikan inovasi baru dan arahan *personal selling* yang tepat dalam penjualan polis yang disesuaikan dengan era ke depannya dan tetap 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.

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