BAB IV

KESIMPULAN & SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan dan analisis data yang penulis lakukan dengan tahap wawancara dan observasi maka penulis menemukan empat Proses Pembentukan Kualitas Pelayanan dalam Aktivitas *Personal Selling* yang dilakukan PT. Asuransi Jiwasraya cabang Yogyakarta yang menjawab rumusan masalah yaitu bagaimana proses pembentukan kualitas pelayanan dalam aktivitas *personal selling* dari penelitian ini, sebagai berikut :

1) Menentukan Calon Nasabah

Dalam melakukan penjualan, agen Asuransi Jiwasraya memilih terlebih dahulu menentukan calon nasabahnya. Masing-masing sales person memiliki kriteria tersendiri terhadap calon nasabahnya dengan itu mereka dapat mengenal calon nasabah jikalau dikaitkan dengan biaya, kegiatan proses penjualan dan waktu yang dapat diatur antara calon nasabah dengan agen.

2) Mengadakan Komunikasi

Agen Asuransi Jiwasraya melakukan penjualan secara bertatap muka yang mana mereka mendatangi calon nasabah untuk melakukan pra pendekatan dan pendekatan, melalui itulah agen dan calon nasabah melakukan kegiatan

komunikasi secara interpersonal. Agen menyampaikan pesan berupa produk-produk dan biaya yang harus dibayarakan. Berdasarkan keefektivitasan komunikasi secara interpersonal antara agen dan calon nasabah, Agen Jiwasraya sudah melakukannya dengan baik hal ini dilihat dari jumlah nasabah setiap bulannya. Berikut unsur keefektivitasan Komunikasi secara interpersonal yang telah dilakukan oleh Agen Asuransi Jiwasraya, seperti unsur *Keterbukaan* dalam setiap memberikan informasi secara jelas dan jujur kepada calon nasabah, unsur *Empati* yaitu kemampuan Agen dalam merasakan dan dirasakan, unsur *Dukungan* dilakukan dengan penggunaan gaya bahasa yang mudah dimengerti, penampilan, dan menghargai pendapat calon nasabah, unsur *Rasa Positif* yaitu salah satu bentuk pelayanan yang diberikan Agen dalam memberikan senyuman, sapaan, memberikan masukan yang positif, dan menangani complain secara baik, dan yang menjadi unsur terakhir ialah unsur *Kesamaan*, Agen Asuransi Jiwasraya dominan memilih calon nasabah yang berada dalam lingkungan sekitarnya seperti tetangga, keluarga, dan kerabat sehingga dalam berkomunikasi ditemukan kesamaan dalam pandangan antara agen dan calon nasabah.

3) Memberikan Pelayanan

Pelayanan yang diberikan Agen Asuransi Jiwasraya dalam menarik calon nasabahnya sesuai dengan kriteria-kriteria kualitas pelayanan seperti *Professinalism and Skill* yaitu mengenai keterampilan berkomunikasi dalam mendapatkan calon nasabah, *Attitudes and Behaviour* yang ditunjukan pada calon nasabah untuk meninggalkan kesan yang baik, *Accessbility and Flexibility* yang terlihat dengan pelayanan yang diberikan perusahaan dan agen dalam melakukan

transaksi pembayaran dalam setiap bulannya, *Reliability and Trustworthiness* yang menjadi acuan sebagai seorang agen untuk menciptakan kepercayaan kepada calon nasabahnya, *Recovery* yang baik dilakukan agen dalam menghandle keluhan dari nasabahnya, dan terakhir *Reputation and Credibility* yang mana tugas agen dalam hal meyakinkan calon nasabah sehingga menjadi loyal terhadap produk Asuransi Jiwasraya. Dalam memperoleh hasil yang baik, agen sadar bahwa pelayanan menjadi hal yang penting bagi calon nasabahnya agar tetap loyal.

4) Meningkatkan Kemampuan Diri

Setiap agen memiliki cara tersendiri dalam membangun kualitas dirinya. Dengan kemampuan yang dimiliki sehingga dapat membuat calon nasabah menjadi tertarik untuk membeli produk Asuransi. Untuk itu agen Asuransi Jiwasraya menambah kemampuan dalam melakukan penjualan, kemampuan dalam melakukan negosiasi terhadap calon nasabah, kemampuan berinteraksi dengan orang lain yang dimiliki dari seorang agen.

Penulis menemukan keempat tahapan Proses Pembentukan Kualitas Pelayanan dalam Aktivitas *Personal Selling* yang dilakukan agen asuransi Perusahaan Jiwasraya, yang mana keempat Proses tersebut menjadi acuan dari seorang agen dalam mendapatkan dan membuat calon nasabahnya menjadi tertarik.

B. KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan Penelitian ini adalah peneliti mengalami kesulitan dalam bertemu dengan Agen hal ini dikarenakan aktivitas agen kebanyakan berada di

lapangan, sehingga jadwal untuk bertemu sangat sulit. Selain itu, Peneliti mengalami kesulitan dalam hal mencerna maksud dari pembicaraan yang dilakukan pada saat kegiatan wawancara hal ini dikarenakan penggunaan bahasa daerah yang sering diucapkan oleh narasumber. Kegiatan Dokumentasi juga menjadi kesulitan Peneliti karena kesulitan dalam pengambilan gambar.

C. SARAN

Masih terdapat beberapa kekurangan dalam penelitian ini, sehingga penulis memberikan saran yang dapat dijadikan masukan bagi penelitian selanjutnya. Penulis akan mengemukakan beberapa saran. Saran yang penulis kemukakan terbagi atas dua, akademis dan praktis :

1) Saran Akademis
   a) Berdasarkan hasil temuan data pada hal 77 menyatakan bahwa agen sering melakukan komunikasi dengan calon nasabahnya menggunakan bahasa Jawa. Hal tersebut menjadi kekurangan bagi peran agen, dikarenakan calon nasabah tidak selalu paham dengan penggunaan bahasa Jawa. Saran penulis terkait hal tersebut, perusahaan sebaiknya memperbaikinya dengan melakukan pengawasan kinerja agen baik dalam hal penggunaan bahasa Indonesia yang benar.
   b) Berdasarkan analisis pada bab III menunjukkan bahwa *communication skill* merupakan bagian penting yang dapat mempengaruhi calon nasabah sehingga sadar akan manfaat dari

asuransi. Oleh karena itu sebaiknya, agen fokus terhadap *communication skill* sehingga tujuan komunikasinya dapat terjalin dengan baik.

c) Melalui hasil penelitian yang telah didapatkan, adapun saran akademis dari penulis ialah agar penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada penulis lain yang berminat melakukan penelitian dan pengembangan lebih lanjut terhadap Proses Pembentukan Kualitas Pelayanan Asuransi dalam Aktivitas *Personal Selling*, dengan melakukan penelitian secara kuantitatif sehingga didapatkan hasil berdasarkan data statistik yang diperoleh apakah Proses Pembentukan Kualitas Pelayanan yang dilakukan berjalan efektif sesuai dengan aktivitas *personal selling.*

2) Saran Praktis

Saran praktis yang peneliti ingin sampaikan ialah diharapkan agar Proses Pembentukan Kualitas Pelayanan yang dilakukan Perusahaan Asuransi Jiwasraya harus terus ditingkatkan dan dipertahankan agar calon nasabah menjadi loyal terhadap produk Asuransi yang ditawarkan

a) Berdasarkan teori yang disampaikan Gronroos (1990) pada Bab I, menyatakan enam kriteria kualitas jasa pelayanan, yaitu: (1) *Professionalism and Skills*, (2) *Attitudes and Behaviour*, (3) *Accessibility and Flexibillity*, (4) *Reliabillity and Trustworthiness*, (5) *Recovery*, (6) *Reputation and Credibility*. Keenam kriteria

tersebut telah diterapkan dengan baik oleh Agen Asuransi Jiwasraya dalam menciptakan kualitas pelayanan, dapat dibuktikan pada saat agen menawarkan produknya, kemampuan dan sikap yang dimiliki agen dapat menumbuhkan kepercayaan dari calon nasabah sehingga tidak sedikit nasabah yang menjadi *loyal* terhadap produk asuransi jiwasraya. Saran yang penulis ingin sampaikan terkait hal tersebut bahwa perusahaan sebaiknya mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki perusahaan.

b) Berdasarkan bab III terkait analisis elemen *personal selling* bahwa kegiatan pra-pendekatan dan pendekatan dilakukan oleh agen secara bersamaan, sehingga penulis melihat agen terkesan terburu-buru setiap melakukan penutupan. Saran dari penulis bahwa sebaiknya kegiatan pra-pendekatan dan pendekatan dilakukan secara terstruktur dan tidak terburu-buru dan agen diharapkan mengerti akan calon nasabahmya sehingga tidak merasa adanya pemaksaan untuk membeli produk asuransi.

c) Mengingat pentingnya kualitas pelayanan terhadap calon nasabah, maka diharapkan perusahaan merancang kegiatan yang mendukung agen dalam memberikan pelayanan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

Adhitya D. P. (2013). Faktor-faktor yang berperan dalam keputusan pembelian produk sabun mandi, *Skripsi tidak dipublikasikan* Universitas Atma Jaya, Yogyakarta. Dapat diakses pada: www.ejournal.uajy.ac.id.

Agen Asuransi. (2013). Mengenal Istilah dalam Asuransi. *Agen Asuransi*. Diakses pada tanggal 3 Juni 2014: http://agentasuransi.com/mengenal-istilah-istilah-dalam-asuransi.html

Alo Liliweri, Wacana Komunikasi Organisasi , Bandung : Mandar Maju, 2004

Ardianto, E. 2009. Public Relations Praktis. Bandung : Widya Pajajaran.

De Vito, Joseph A. 1997. Komunikasi Antarmanusia. Edisi kelima. Jakarta : Profesional Books

De Vito, Joseph A. 2007. *The Interpersonal Communication Book*, 11th. New York: Harper Collins College Publisher.

Hardjana, Agus M. 2003. *Komunikasi Intrapersonal dan Komunikasi Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius.

Idrus, Muhammad. 2009. Metode Penelitian Ilmu Sosial. Yogyakarta : Erlangga.

Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencaaan Implementasi dan Pengendalian,* Buku Satu, Salemba Empat Prenticel Hall, Jakarta.

Kotler, P dan Gary A. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedelapan, Penerbit Erlangga.

Kotler dan Keller, 2012. *Marketing Management*, Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall.

Liliweri, Alo. 1991. Komunikasi Antarpribadi. Bandung : Citra Aditya Bakti.

Jiwasraya. *Jenis Produk dan Jasa Asuransi Jiwasraya*. Diakses pada tanggal 8 Juni 2014 : http://www.jiwasraya.co.id/index_produk.php?awal=0&page=1&lang=id&cat_id=1

Mulyana, Deddy. 2003, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Moleong, L. J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nasabah. 2013. *Pengertian Nasabah*. Diakses pada tanggal 8 Juni 2014 : http://keuanganku.com/daftar-istilah/

Purwanto, D. 2006. *Komunikasi Bisnis*, Edisi Ketiga, Penerbit Erlangga.

Tjiptono, Fandi. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia.

Sofy Fathya. 2013. Pengaruh Personal Selling terhadap keputusan Pembelian Polis Asuransi Produk Jasindo Oto PT. Asuransi Jasa Indonesia Cabang Bandung, Universitas Pasundan, Bandung

Susanto, H. 2008. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia

West, Richard, 2008. Pengantar Teori Komunikasi, Teori dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Humanika.

Widodo, S 2011. *Mindset Sukses Agen Asuransi.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cetakan Ketiga, Jakarta: PT. Gramedia

LAMPIRAN

LAMPIRAN

Agen I

Nama : KM

Umur : 59 th

1. Bagaimana tanggapan bapak mengenai pekerjaan seorang Agen Asuransi?
   Waktu itukan saya ngelamar, terus dikasih informasi, kerja kamu seperti ini, nahh akhirnya saya coba sehingga pada saat itu kok ngg atas keterbatasan saya, orang bisa mau masuk asuransi, kalau masuk asuransi kan nanti dapat namanya komisi, dapat macem-macem kan, dan lain sebagainya, sehigga berkelanjutan. Jadikan gada sama sekali terpikirkan agen asuransi akan menjadi begini-begini, sebelumnya. Saya tau setelah dididik menjadi agen, kamu gak berhasil seperti ini, maka berhasil seperti ini kan, seperti itu. Awalnya gak tau, setelah itu diberitahu tugas dan kewajiban sebagai agen.

2. Bagaimana bapak membentuk kualitas diri bapak sebagai agen?
   Program kami program terbagus diantara asuransi, kalau tidak percaya boleh membuktikan, kami berani menjelaskan bahwa kami yang terbaik diantara yang lain dan kami pun pelayanan juga cukup. Seperti pelayanan akhir kontrak kemudian pelayanan cara sistem pembayaran preminya, kepengurusannya. Asuransi ini kan intinya lebih membangun ke kepercayaan terhadap calon nasabah, agar hubungannya jadi lebih baik, saya harus percaya diri agar calon nasabah saya juga bisa percaya.

3. Bagaimana cara bapak menyampaikan pesan terhadap calon nasabah bapak?
   Yah saya wajib tatap muka mba, yah kemudian menyentuhnya dengan kasih pandangan, orang hidup itu kan pada dasarnya semua orang ingin hidup dalam usia panjang, sehat, tidak membebani orang lain mungkin anak siapapun, sehingga calon nasabah saya pun tertarik mba.

4. Kemampuan yang seperti apa yang bapak berikan kepada calon nasabah bapak?

   Pertamanya saya jelaskan dulu produk-produk dari Jiwasraya, kemudian kalau ada pertanyaan dari calon nasabah, akan saya jelaskan pentingnya produk, jadi produk itu harus dikuasai mba, kalau tidak ya jadinya malu.

5. Seberapa penting penampilan itu buat bapak sebagai seorang agen?

   Kita kan sebagai asuransi yang mana saya bawa nama jiwasraya kepada orang-orang, jadi penampilan itu penting sekali, tidak harus klinis cukup rapi, kemejaan, pakai sepatu, ya seperti itulah.

6. Bagaimana cara bapak untuk menumbuhkan rasa percaya bagi calon nasabah bapak?

   Saya apaadanya aja produk perusahaan kami kepada klien, yah terbuka aja, toh mereka bisa merasakan sendiri keunggulan produk kami, yang penting sing jujur mba paling utama dalam kesuksesan itu karena saat nasabah merasa yakin pada kita maka tidak ada canggu kalau kita jujur aja.

7. Seperti apa bapak menjelaskan produk asuransi kepada calon nasabah?

   Yah menyentuh mereka dengan kasih pandangan dong, orang hidup itu kan pada dasarnya semua ingin hidup dalam usia panjang, sehat, tidak membebani orang lain darisana kan nanti dia pasti tertarik.

8. Bagaimana Bapak menghadapi calon nasabah yang komplain?

   sebaiknya agen sekarang bersifat professional, kedatangan kita seharusnya membatu calon nasabah untuk memberikan solusi bukan menjadi beban buat mereka, kalau calon nasabah keberatan harus dilayani dengan komunikasi yang baik.

9. Seberapa penting calon nasabah bagi bapak? Dan siapa yang menjadi calon nasabah pilihan bapak?

Sebelum saya berangkat kerja itu saya sudah tau dulu mau kemana terus siapa yang saya temui, sekian macam cara. Satu, saya dirumah makan, jadi nasabah. Dua, saya jagong manten, ketemu calon nasabah, ketiga, saya datang melayat, yang penting mereka mau dan berduit. Sangat penting. tanpa nasabah, saya ga ada di jiwasraya.

10. Bagaimana cara bapak untuk mengenal karakter calon nasabah bapak?
    Sebelumnya kan saya tau dulu pekerjaanya darisana kan saya jadinya bisa membayangkan berapa penghasilan. Kita lakukan dengan macam-macam cara, orang yang tidak bekerja pasti seharian dirumah, kita tawarin dia senang tapi ternyata dia tidak bekerja, kan ga mau masuk asuransi, jadi kita baca situasi saja lah mba.

11. Bagaimana bapak menunjukkan pelayanan yang baik buat calon nasabah bapak?
    Kita kan action nya macem-macem, tidak harus asuransi dulu, mulai pendekatan, kenal dulu, terus sampaikan kebutuhan. Konsumen itukan senangnya yang cepat-cepat dan ga repot yaa. Ya saya harus begitu kalau saya sama calon nasabah saya itu, kalau lama-lama ntar dipikirnya apa gitu kan. Ya kira-kira begitulah cepat tepat gak undur-undur.

Agen II

Nama : Bapak KS

Umur : 48 th

1. Bagaimana bapak membentuk kualitas diri bapak sebagai agen?

   Sebelum melakukan penawaran ada pendekatan-pendekatan, kayak saya pribadi, saya belum bisa melakukan komunikasi lewat telepon kalau saya belum melakukan pendekatan seperti ketemu, jadi ketemu itu harus, nanti setelah bertemu kedua-duanya, baru saya boleh melakukan komunikasi lewat telpon. Pasti ada, antara lain saya sering belajar meningkatkan ilmu pengetahuan tentang ilmu pengetahuan tentang agen sehingga mempengaruhi sales stock saya didalam menyampaikan produk-produk asuransi yang jelas didalamnya ilmu-ilmu komunikasi saya pelajari, terus bagaimana penampilan itu juga saya jagai terus yang lain yang jelas ialah saya selalu berusaha untuk belajar bagaimana perubahan fluktuasi ekonomi pasar, nah itu yang sering saya pelajari supaya kalau saya ketemu dengan orang-orang yang berkompeten dalam ilmu ekonomi, saya bisa nyambung, kalau tidak kan berarti tidak bisa. Jadi setiap ketemu saya selalu ada persiapan, kalau saya menemui seorang nasabah saya paling tidak mendapat gambaran siapa sih nasabah yang saya kunjungi, lalu kira-kira orangnya bagaimana, nah disini nanti persiapan saya bagaimana kalau nanti ditolak sikap saya bagaimana, bagaimana kalau saya nanti diterima, jadi saya antisipasi tentang penolakan itu sebelum saya menemui orangnya, sehingga nanti begitu dia benar-benar terjadi penolakan saya tidak kecewa, pokoknya siap saya.

2. Bagaimana cara bapak menyampaikan pesan terhadap calon nasabah bapak?

   Yang sering saya gunakan telepon, tatap muka, dan email saya pernah gunakan, saya kalau jarak jauh....tatap muka kan juga kalo soal kesepakatannya jauh lebih jelas gitu, terpercaya. Selain itu cara saya

adalah sistem sales stock nya yah, bagaimana saya menguasai produk, kita juga bandingkan dengan produk kompetitor ternyaa produk kita itu memang lebih unggul dan bagus, karena hanya produk kita sekarang ini yang kayak sistem deposito masa 5 tahun dengan modal awal 100 juta jadi nanti di 5 tahun yang akan datang dia dapat 154 juta, jadi setelah kita hitung bunga majemuknya sekitar 9% dan bunga flaat rata-ratanya selama 5 taun jadi 10,77%, jadi dengan apa namanya dengan bunga yang begitu cukup signifikan itu bisa menjadi salah satu daya tarik calon nasabah untuk mengambil produk kita. Selain itu juga ada manfaat proteksi nya jadi tidak hanya dinilai dari investasi tapi ada proteksi asuransi selama 5 tahun ia dijamin.

3. Kemampuan yang seperti apa yang bapak berikan kepada calon nasabah bapak?

   Cara saya yang utama itu sistem sales stocknya yah, bagaimana saya menguasai produk, kemudian kita juga bandingkan dengan produk kompetitor ternyata produk kita itu memang lebih unggul dan bagus.

4. Bagaimana cara bapak agar menumbuhkan rasa percaya bagi calon nasabah?

   Saya selalu bersikap jujur, tidak melebih-lebihkan keunggulan dari produk Jiwasraya. Yah apa yang perusahaan berikan ke kami sebagai agen, kami jelaskan dengan terbuka ke calon nasabah, agar dapat dipercaya mereka pun jadi sering membeli produk kita. Terbukti dapat ditanyakan sendiri mba, karena hanya produk kita sekarang ini yang kayak sistem deposito dan memang menguntungkan sehingga banyak nasabah yang menjadi loyal terhadap kami.

5. Seperti apa bapak menjelaskan produk asuransi kepada calon nasabah?

   Agen itu yah sebaiknya membantu dalam memecahkan masalah bukan memaksa mereka untuk beli produk kita, saya sendiri tidak senang kalau

ada yang bilang agen cenderung memaksa, karena saya pun tidak pernah begitu, saya lebih memilih mendengarkan apa keluhan mereka dan saya sampaikan produk serta biaya yang akan dibayarkan nantinya sehingga kan sesuai dengan kemampuan.

6. Seberapa penting calon nasabah bagi bapak? Dan siapa yang menjadi calon nasabah pilihan bapak?

   Jelas, sangat penting, karena nasabah bagi saya piring nasi saya karena itu saya harus melayani dia dengn sistem saya, sistem pelayanan saya itu kan sistem the king of service, bagaimana saya harus melayani dia sebagai seorang raja, kalau dia ada masalah dia tinggal nelpon saya dan saya datang kerumah nya, jadi dia tidak perlu harus kekantor, jadi saya yang datang kesana istilah jemput bola. Yang jelas kalau saya mencari nasabah kelas menengah keatas, nah tapi selama ini memang 70% pangsa pasar saya orang chinnese, sisanya itu ke dokter-dokter gigi, terus sisanya itu ke pejabat-pejabat pemerintah.

7. Bagaimana cara bapak untuk mengenal karakter calon nasabah bapak?

   Oh ya dari ini, pada saat saya jadi agen kan itu dididik, saya dididik disitu saya baru dapat ilmu yang namanya nasabah itu bagaimana, agen itu bagaimana, produk-produknya, nah disitu kita tau, nasabah itu adalah orang yang kita kunjungi dan kita tawarin produk asuransi, tahapnya yah janjian dulu lah, terus minta nomor yang bisa dihubungin, kemudian pada saat bertemu itu kita beri penjelasan yang lebih banyak tentang asuransi harus dibicarakan lebih banyak itu penting supaya nanti tidak salah paham, kan bahaya.

8. Bagaimana bapak menunjukkan pelayanan yang baik buat calon nasabah bapak?

   Saya berusaha bagaimana pun kesan baik itu harus diperlihatkan dong dengan calon nasabah, jangan awal bertemu sudah jelek, pasti dia

berpikir untuk mau berasuransi, hal yang pertama ialah sikap kita kepada mereka.hal pertama yah paling ngga cara berpakaian, penampilan kita, pembawaan diri atau penampilan itu memang sangat penting karena dari penampilan seorang agen, bagaimana kita membawa diri itu bisa menggambarkan latar belakang daripada perusahaan, kalau perform nya bagus berarti orang secara melihat meyakinkan orang nya yakin perusahaannya juga yakin.

Agen III

Nama : Ibu YSE

Umur : 52 th

1. Bagaimana ibu membentuk kualitas diri ibu sebagai agen?

   Yah menjadi orang yang berhasil dan profesional, kita bekerja dengan tata cara aturan yang ada dan dinilai bahwa saya berhasil itu dengan suatu hal yang profesional dengan kerja yang cerdas dan kita mampu tanpa dengan bantuan-bantuan dari orang lain. Saya senang sekali mengikuti kegiatan pelatihan keterampilan yang perusahaan kami buat tiap bulannya karena darisana saya menjadi lebih mengerti banyak hal yang saya tidak ketahui sebelumnya kemudian saya praktekan diluar.

2. Bagaimana cara ibu menyampaikan pesan terhadap calon nasabah ibu?

   Saya lebih sering bertemu secara langsung dengan calon nasabah, melakukan komunikasi karena lebih afdol, lancar dan tenang gitu mba kalau bertatap muka dibanding kalau sms atau telpon. Tentunya kita tidak akan memaksakan calon nasabah untuk membeli produk asuransi. Yah paling ga kan yang akan menjadi target kita ialah berbagi informasi dengan mereka mengenai apasih sebenarnya asuransi itu seperti apa yang akan menjadi tertanggung dan ditanggung serta bagaimana resiko yang ada nanti nya.

3. Kemampuan yang seperti apa yang bapak berikan kepada calon nasabah bapak?

   Yah kalau nasabahnya mau kita prospek, kita harus tau dulu betul produknya mba darisana nanti kita jelaskan yang cocok dengan kebutuhan seorang nasabah itu.

4. Bagaimana cara ibu menumbuhkan rasa percaya bagi seorang calon nasabah?

   Yah kita apa adanya dengan produk kita, itukan sudah dikemas di perusahaan kami dan memang tempat kami itu terbuka dan jujur mengenai produk-produk unggulan jiwasraya, bermanfaat bagi nasabah yang kita datangi jelas bermanfaat, karena kalau ada resiko pun lancar sesuai apa yang tertulis didalam polis itu.

5. Seperti apa ibu menjelaskan produk asuransi yang ingin ibu tawarkan kepada calon nasabah?

   saya menjelaskan setiap produk termasuk harganya yang kami punya sesuai dengan orangnya,kalau ibu rumah tangga saya biasanya tawarkan produk asuransi pendidikan, kalau orang yang mendekati pensiun saya tawarkan produk asuransi anuitas.

6. Seberapa penting calon nasabah bagi ibu? Dan siapa yang menjadi calon nasabah pilihan ibu?

   Nasabah sangat penting, karena nasabah itu suatu relasi yang harus kita sayangi, harus kita banggakan karena aset perusahaan adalah dari nasabah itu. Saya memilih orang-orang yang berpenghasilan lebih yang pertama, yang kedua orang yang berminat asuransi walaupun dia lebih tapi gak berminat, itu bukan suatu target bagi kami. Tapi kita mencari orang-orang yang mengerti asuransi maupun yang belum mengerti, jadi targetnya yah paling ndak orang yang sudah mempunyai hasil lebih daripada keuangan di keluarganya.

7. Bagaimana cara ibu untuk mengenal karakter calon nasabah ibu?

   Saya harus sudah cari tau bagaimana kemampuan keuangan nya, berapa tanggungan dalam berkeluarga, apa pekerjaan dan statusnya. Yang begitu-begitu saya harus sudah cari dulu baru saya tawarkan ke mereka. Jenis calon nasabah itu banyak sekali, Ada yang sudah malas dluan

mendengar kata asuransi, ada sudah pernah menjadi nasabah asuransi tapi gagal klaim, ada juga sebagian yang mau masuk asuransi tapi karena perekonomian yang kurang jadinya tidak kesampaian. Kebanyakan gitu sih, kendalanya di uang.

8. Bagaimana ibu menyikapi nasabah yang komplain?

   Nasabah complain itu kadang kala dia juga kurang mendalami misalnya mengajukan claim yang kurang lengkap, complain, karena kurang komunikasi aja.

9. Bagaimana ibu menunjukan pelayanan yang baik buat calon nasabah ibu?

   Ramah-tamah itu penting mba untuk semua orang, kita gatau yah siapa tau dia tertarik dengan produk kita karena kepribadian kita juga. Kemudian, memang sangat-sangat dibutuhkan yang namanya penampilan, karena kita itu kan jual jasa, pertama orang yang dilihatkan yah penampilan, orang akan tertarik penampilan lalu kedua komunikasi lalu sopan santunya kepada calon nasabah karena penampilan adalah hal yang pertama dalam asuransi itu, kalau acak-acakan orang yang mau menerima pun juga sudah menilai kita, agen apaan itu, kan gitu yah.

Informan Tambahan I

Nama : Bapak Hery

Umur : 28 th

1. Bagaimana hubungan antara agen terhadap calon nasabahnya setelah membeli produk ?

   Kami selalu mengingatkan calon nasabah setiap bulannya untuk membayar preminya. Setiap nasabah yang berulangtahun juga ucapan seperti sms itu kami sampaikan itu rutin dilakukan kepada nasabah kami.

2. Bagaimana tekhnik pembayaran yang dimiliki perusahaan ?

   Perusaahan kami tidak ada lagi pembayaran melalui tangan agen, nasabah membayarkannya ke bank atau ke kantor cabang langsung, sistem debet mba. Jadi agen kami hanya bertugas memberikan polis dan menjelaskan produk kami saja. pembayaran sudah dibedakan.

3. Apa yang menjadi produk keunggulan dari perusahaan asuransi jiwasraya?

   Yang menjadi keunggulan produk untuk saat ini produk pendidikan seperti beasiswa. Ibu-ibu rumah tangga banyak tertarik soal beasiswa tapi produk investasi juga tidak kalah, perusahaan besar menggunakan produk investasi kami.

   biasanya closing itu terjadi rata-ratanya 1 minggu lebih mba, jarang ditemukan nasabah yang langsung mau closing, pasti kita tunggu dulu, mereka butuh keyakinan lebih dari kita, disitu lah peran asuransi meyakinkan kemudian memberi penjelasan mengenai masing2 keunggulan produk, karena nasabah itu kan juga membanding-bandingkan antara yang sana dengan sini.

4. Seberapa penting tatap muka dilakukan oleh seorang agen terhadap calon nasabahnya?

Penting sekali karena kalau tidak tatap muka cuma via phone atau email atau yang lainnya itu keberhasilannya akan lebih kecil.

5. Bagaimana hubungan agen dengan calon nasabahnya?
   Selain diawal, kami selalu mengingatkan calon nasabah setiap bulannya untuk membayar preminya. Perusaahan kami tidak ada lagi pembayaran melalui tangan agen, nasabah membayarkannya ke bank atau ke kantor cabang langsung, sistem debet. Kemudian setiap nasabah yang berulangtahun juga ucapan seperti sms itu kami sampaikan itu rutin dilakukan kepada nasabah kami.

6. Bapak memaknai pelayanan itu sendiri gimana yah pak?
   Pelayanan ya mba, pelayanan adalah cara perusahaan termasuk agen dalam melayani calon nasabah. Sebelum menjadi agen kita mendapat pelatihan terlebih dahulu, pelatihan diberikan oleh instruktur, pelatihan itu meliputi pendalaman produk, dan juga pengenalan produk, nah itu kita membentuk agen jiwasraya yang mempunyai standart.

7. Apakah perusahaan memiliki standart pelayanan terkhusus buat agen?
   Penampilan sangat penting sekali, kadang ada agen yang parlente kalau orang jawa bilang, pengen tampilan selalu pakai jas itu kan dalam arti tergantung standart agen masing-masing. Perusahaan sendiri menstandari dengan pakaian yang rapi, menggunakan name tag keagenan, terus kita memberikan wordbook yang isinya tentang pola keagenan, brosur dan proposal. Yah paling ngga agen menunjukan minimal perilaku yang baik terhadap calon nasabah, dapat diperlihatkan dari sapaan kita misalnya selamat pagi kalau pagi, selamat siang kalau siang, kemudian senyum lah karna toh ga dibayarkan kalau kita senyum itu, tandanya kita ramah.

8. Bagaimana seoarang agen mendapat info mengenai calon nasabahnya yaitu targetnya sendiri?

Untuk mendapatkan nasabah itu juga perusahaan meminta agar agen membuat salah satu sistem, sistemnya adalah menggarap pasar alami dulu, nah yang dimaksud dengan pasar alami itu adalah teman-teman terdekat, tetangga2, orang-orang yang saya kenal, dan keluarga. Nah itu menjadi pasar alaminya. Nah dari situ,mulai membuat yang namanya sistem jejaringan dari sistem jejaringan ini akan dapat mengembangkan pertumbuhan nasabah para agen.

9. Pelayanan seperti apa yang dilakukan perusahaan dalam membentuk agennya?

   Sebelum menjadi agen kita mendapat pelatihan terlebih dahulu, pelatihan diberikan oleh instruktur, pelatihan itu meliputi cara berkomunikasi yang baik dengan calon nasabah agar tertarik, cara berpenampilan, pendalaman produk asuransi, dan juga pengenalan produk, nah itu kita membentuk agen jiwasraya yang mempunyai standart dan juga standart dari jiwasraya sendri kita mempunyai namanya licensi keagenan, itu secara nasional akan diakui sebagi agen jiwasrya, untuk stndart lisemsi sendri tidak bisa saya ikut jiwasrya kemudian ikut asuransi lain, itu ga bisa. Kalau pun mau pindah, lisensi yang diberikan harus tutup atau pun menunggu masa periode nya habis, baru bisa dapat lisensi baru lagi.

Calon Nasabah 1

Bapak Rahmat, 48th, Pengusaha Catering

1. Apa yang membuat bapak menolak atau menerima untuk menjadi nasabah Asuransi Jiwasraya ?

   Yang membuat saya menolak itu saya merasa bahwa agennya bukan memberikan informasi mengenai fungsi dan kegunaan produk. Saya tidak butuh promosi besar-besaran tetapi informasi yag detail saja mengenai produk. Saya tahu kegunaannya saya tau fungsinya itu yang saya beli produknya.
2. Bagaimana Agen menerapkan kualitas pelayanannya dalam proses penjualan ?

   Sejauh ini saya bergabung dengan asuransi jiwasraya saya pikir pelayanannya sudah baik ya, karena agen asuransi jiwasraya sepertinya sudah tau apa yang menjadi keinginan saya dan sikap mereka yang ramah dan jujur terhadap saya ditengah aktivitas saya yang banyak, mereka memahaminya. Jadi menurut saya sudah cukup baik pelayanannya.
3. Apa harapan bapak kedepannya terkait kualitas pelayanan para agen asuransi jiwasraya?

   Tetap lah seperti ini memberi pelayanan yang terbaik bagi calon nasabah sehingga orang-orang pun tertarik untuk menjadi nasabah.

Calon Nasabah II

Ibu Dewi, 38th, Karyawan Swasta

1. Apa yang membuat bapak menolak atau menerima untuk menjadi nasabah Asuransi Jiwasraya ?

   Yang membuat saya memutuskan untuk menjadi nasabah yang dikarenakan pendekatan mereka terhadap saya, mereka memberikan informasi yang jelas terkait produk dan jasanya yang memberikan keuntungan pada saya. Kemudian agen jiwasraya juga bukan tipe yang memaksa ya mba seperti kan banyak orang kalau jualan memaksa calon nasabahnya. Agen jiwasraya melakukan pendekatan yang baik pada saya, mengerti apa yang saya mau, selalu mendengar apa yang saya inginkan. Itulah yang membuat saya mau jadi nasabahnya.
2. Bagaimana Agen menerapkan kualitas pelayanannya dalam proses penjualan ?

   Agen jiwasraya memberikan penjelasan yang detail mengenai produk mereka. Ditambah lagi nama jiwasraya kan baik dimata orang-orang belum pernah tersangkut masalah. Makanya saya merasa nyaman, puas, dan tidak mau pindah-pindah lagi.
3. Apa harapan bapak kedepannya terkait kualitas pelayanan para agen asuransi jiwasraya?

   Ya tetap seperti ini saja, karena menurut saya sudah cukup lah.

Calon Nasabah III

Ibu Endang, Ibu Rumah Tangga, 35th

1. Apa yang membuat bapak menolak atau menerima untuk menjadi nasabah Asuransi Jiwasraya ?

   Karena agen asuransi jiwasraya dapat memperlakukan saya dengan baik, harga yang ditawarkan juga cukup terjangkau ditambah dengan produk yang ditawarkan juga menghasilkan keuntungan besar, apalagi saya kan ibu Rumah tangga jadi harga harus jadi pertimbangan mba.
2. Bagaimana Agen menerapkan kualitas pelayanannya dalam proses penjualan ?

   Agen jiwasraya mengetahui apa yang menjadi keinginan saya, perlakuan merekapun tidak mengharuskan saya untuk membeli produknya.
3. Apa harapan bapak kedepannya terkait kualitas pelayanan para agen asuransi jiwasraya?

   Harapannya yah semoga berkembang menjadi lebih baik lagi, promosi-promosinya dibanyakin lagi aja.