

Analisis Sistem Cycle Selling Skill Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi Jiwa

(Studi Kasus PT. Prudential Life Assurance Cabang Binjai)

Anni Zuhro Syafrida Hasibuan¹, Hotbin Husugian², Khairina Tambunan³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : annizuhrosyafridahsb@gmail.com¹, hotbinhusugian@gmail.com²,

khairinatambunan@uinsu.ac.id³

Abstract. *In line with increasingly advanced developments and an increasing population, in recent years many conventional insurance companies have offered their newest insurance products, namely life insurance. Life insurance in Indonesia is currently experiencing very rapid growth considering that the majority of Indonesia's population is Muslim. . Therefore, the role of a salesperson or insurance agent really determines the success of a sale, characterized by the salesperson's ability to build good relationships with customers and co-workers. This research uses a qualitative research approach, namely an approach that produces descriptive data in the form of words directly and emphasizes the process rather than the results. The subjects in this research are insurance agents and the object in this research is the Cycle Selling Skill System Analysis in Increasing Sales of Life Insurance Products. The data collection technique in this research uses interview techniques and document study techniques which will be analyzed in presenting the data. The results of this research show that the selling skill system used is still effective and uses the planning, prospect, approach, fact finding, objection, presentation, closing and after-sales service stages. Meanwhile, the obstacles faced were obstacles in planning, prospecting and fact finding.*

Keywords: *Cycle Selling Skill, Sales, Life Insurance Products*

Abstrak. Perkembangan pasar asuransi jiwa di Indonesia, terutama yang berbasis syariah, telah mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan kesadaran masyarakat akan perlunya perlindungan keuangan dan asuransi jiwa yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Peran tenaga penjual atau agen asuransi dalam industri ini sangat penting. Agen asuransi memiliki peran yang sangat penting dalam memfasilitasi pertumbuhan pasar asuransi jiwa berbasis syariah di Indonesia dengan membantu masyarakat memahami, memilih, dan memanfaatkan produk asuransi jiwa yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan kebutuhan keuangan mereka. Penelitian ini menggunakan penelitian pendekatan kualitatif, pendekatan kualitatif dalam penelitian ini sangat sesuai untuk memahami secara mendalam pengalaman dan proses yang terlibat dalam penjualan produk asuransi jiwa, serta untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi oleh agen asuransi. Objek penelitian ini adalah Analisis Cycle Selling Skill System Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi Jiwa. Subyek penelitian ini adalah agen asuransi. Prosedur pengumpulan informasi dalam eksplorasi ini menggunakan metode wawancara dan konsentrasi laporan pada strategi yang akan diteliti dalam memperkenalkan informasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kerangka keahlian penjualan yang digunakan masih layak dan memanfaatkan tahap persiapan, prospek, pendekatan, penemuan realitas, protes, pertunjukan, membawa dan setelah kesepakatan pada tahap bantuan yang dekat. Sementara kendala yang dihadapi adalah hambatan dalam perencanaan, pencarian dan pencarian kebenaran.

Kata Kunci: *Cycle Selling Skill, Penjualan, Produk Asuransi Jiwa*

LATAR BELAKANG

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi saat ini, handphone atau smartphone telah menjadi kebutuhan pokok bagi banyak orang, bukan sekadar barang mewah. Persaingan di pasar smartphone semakin ketat, dan para produsen perangkat ini harus mengadopsi strategi pemasaran yang tepat untuk berhasil merebut hati konsumen dan mendorong mereka untuk membeli produk yang ditawarkan

Pasar asuransi syariah di Indonesia masih terus berkembang, dan perusahaan asuransi konvensional juga telah meluncurkan produk asuransi syariah sebagai bagian dari upaya mereka untuk memenuhi permintaan pasar yang berkembang ini. pertumbuhan asuransi syariah di Indonesia didukung oleh mayoritas penduduk yang beragama Islam dan dukungan dari pemerintah dalam menciptakan lingkungan yang kondusif untuk produk asuransi syariah. Produk-produk ini menjawab kebutuhan masyarakat. Asuransi merupakan mekanisme penting untuk melindungi individu, perusahaan, dan masyarakat secara keseluruhan dari risiko finansial yang tidak terduga.

keterampilan menjual (*selling skill*) merupakan hal yang krusial bagi tenaga penjual untuk mencapai hasil maksimal bagi perusahaan. Dengan menguasai dan mengembangkan keterampilan menjual, seorang tenaga penjual dapat membantu perusahaan, yang pada gilirannya akan meningkatkan keberhasilan jangka panjang perusahaan.

Seorang agen yang bertugas memasarkan produk asuransi dapat menguasai *skill cycle selling* atau disebut juga dengan siklus penjualan yang baik dan benar. sangat penting untuk meningkatkan keberhasilan dalam menarik calon pembeli produk tersebut. Menguasai siklus penjualan dengan baik akan membantu seorang agen asuransi meningkatkan tingkat penjualan, membangun reputasi yang baik, dan meningkatkan kepercayaan calon pembeli terhadap produk dan perusahaan yang diwakilinya. Menguasai cycle selling skill secara efektif membantu agen asuransi atau tenaga penjual untuk meningkatkan efisiensi penjualan, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan mencapai target keuntungan serta kemajuan bagi lembaga atau perusahaan yang mereka wakili.

Siklus Kemampuan Menjual dibagi menjadi beberapa tempat penting, yakni: Mengatur, Mencari, Mendekatkan Diri, Mencari Kebenaran (mencari informasi), Memberi Protes (mengadukan), Menunjukkan (memahami garis besar), Menutup (shutting). dan Setelah Administrasi Penjualan (administrasi setelah transaksi).

KAJIAN TEORITIS

1. Cycle Selling Skill

Selling skill, atau dalam bahasa Indonesia disebut keterampilan penjualan, adalah kemampuan untuk mempengaruhi orang lain sehingga mereka akan membeli barang atau layanan yang diiklankan. Istilah ini seringkali digunakan dalam konteks penjualan atau pemasaran, di mana petugas penjualan atau salesperson menggunakan berbagai teknik dan strategi untuk memiliki nilai dan manfaat yang berharga. Penjualan dapat dianggap baik

sebagai seni maupun ilmu karena diperlukannya kemampuan artistik dan keterampilan khusus untuk membujuk orang lain agar membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Menurut Johlke (2020), *selling skill* merupakan kemampuan menggambarkan berbagai keterampilan atau kemampuan yang penting bagi tenaga penjual atau salesperson. Sedangkan Menurut Vinci (2018), kemampuan menjual adalah informasi dan dominasi untuk melakukan kegiatan tertentu sebagai informasi prosedural dan kegiatan luar biasa yang menyinggung pencapaian kesepakatan.

2. Penjualan Produk Asuransi Jiwa

Kesepakatan barang adalah suatu pekerjaan atau langkah besar yang diambil untuk memindahkan suatu barang, baik sebagai tenaga kerja maupun produk, dari pembuat ke pelanggan sebagai tujuannya. Barang adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada suatu peluang bisnis untuk dipertimbangkan, dimiliki, digunakan, atau dimanfaatkan sepenuhnya dengan maksud untuk memenuhi suatu keperluan atau kebutuhan.

Personal selling atau penjualan langsung dalam pemasaran produk jasa. Dalam kasus penjualan produk jasa, komunikasi pribadi ini memainkan peran kunci karena sifat jasa yang tidak tampak dan tidak berwujud. Kepercayaan adalah segalanya dalam industri asuransi. Keterampilan jaringan sangat penting jika Anda ingin menjadi agen asuransi profesional. Mereka akan membantu Anda mendapatkan pelanggan dan merekrut agen lain untuk bergabung dengan tim Anda. Anda mungkin bisa mendapatkan rekomendasi dan meningkatkan produktivitas penjualan produk Anda dengan jaringan yang efektif. Memperluas jaringan agar bisa menjangkau lebih banyak calon pelanggan baru melalui kenalan atau kalangan yang sudah ada juga memerlukan networking. Meskipun spesialis perlindungan tidak diharapkan untuk bekerja dari tempat kerja secara konsisten, Anda sebenarnya perlu fokus pada disposisi dan perilaku Anda di hadapan klien sebagai seorang ahli. Hal ini juga mencakup penampilan dan watak yang selalu dapat diandalkan, dapat diandalkan, tidak berbicara tidak sopan, dan sebagainya.

3. Asuransi Jiwa

Asuransi jiwa adalah suatu jenis asuransi yang memberikan sejumlah uang yang telah ditentukan sebelumnya apabila tertanggung meninggal dunia kepada anggota keluarga atau orang lain yang berhak menerimanya sesuai dengan ketentuan polis. (Setiawati, dkk., 2019). Dalam memilih program asuransi jiwa, salah satu tujuannya adalah untuk mendapatkan perlindungan berupa uang asuransi sehingga apabila tertanggung meninggal dunia atau tidak mampu bekerja, uang asuransi tersebut dapat mencukupi kebutuhan pokok keluarganya. Diperkirakan, jika terlindung hanya membayar premi tunggal (satu kali angsuran), maka premi

tunggal tersebut harus dibayarkan dalam jumlah besar. Seseorang yang terasuransi dan mempunyai pendapatan yang cukup tidak mampu membayar premi tunggal dalam hal ini. Jadi kesepakatan yang bisa ditawarkan adalah angsuran luar biasa yang dilakukan sesekali dengan nilai yang layak dan wajar untuk dilindungi dengan gaji yang memadai.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang lebih menekankan pada pemahaman mendalam tentang suatu fenomena atau masalah. Dengan mengandalkan data yang dikumpulkan dari pengamatan, wawancara, Observasi, Dokumentasi penelitian deskriptif memberikan pemahaman yang mendalam tentang karakteristik dan situasi yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sistem Cycle Selling Skill Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi Jiwa di PT. Prudential Life Assurance Cabang Binjai

Sistem *cycle selling skill* yang digunakan PT Prudential untuk mendongkrak penjualan produk asuransi jiwa menjadi pokok bahasan penelitian ini. Meskipun kerangka kerja ini telah diperkenalkan cukup lama sebelumnya, penelitian menunjukkan bahwa kerangka kerja keahlian penjualan siklus masih menarik dan berharga bagi para profesional atau spesialis pemasaran dalam menjual barang-barang perlindungan ini.

Tahapan penjualan produk atau dikenal juga dengan *cycle selling skill system* digunakan oleh PT Prudential:

a. Tahap Perencanaan (*Planning*)

Ketika sebuah produk dijual kepada calon nasabah, kegigihan dan kegigihan sangat penting untuk mencapai kesuksesan. Dengan melakukan persiapan dan perencanaan yang baik.

b. Tahap Prospek (*Prospecting*)

Tahap prospek yang Anda sebutkan terlihat seperti tahap awal dari suatu strategi pemasaran atau penjualan, khususnya dalam konteks asuransi. Pencarian prospek ini adalah bagian dari usaha agen untuk mengidentifikasi calon pelanggan yang berpotensi memerlukan produk asuransi yang ditawarkan dan memiliki kemampuan finansial untuk membelinya.

c. Tahap Pendekatan (*Approaching*)

Tahap pendekatan ini merupakan langkah awal yang penting dalam membangun hubungan baik dengan calon nasabah. Komunikasi yang efektif dan sikap profesional dapat membantu menciptakan kesan positif dan membuka kesempatan untuk menjelaskan tentang produk kepada agen. Selain itu, tahap pendekatan ini juga memungkinkan agen untuk

memahami lebih baik kebutuhan dan keinginan calon nasabah sehingga dapat memberikan solusi yang tepat dan relevan.

d. Tahap Pencarian Fakta (*Fact Finding*)

Setelah mendapatkan informasi dasar tentang calon nasabah, perusahaan asuransi dapat lebih baik memahami kebutuhan dan preferensi calon nasabah untuk menawarkan produk yang paling sesuai. Penting juga untuk selalu menjelaskan manfaat dari produk asuransi yang ditawarkan sehingga calon nasabah memahami bagaimana produk tersebut dapat melindungi mereka dan memberikan nilai lebih dari uang yang mereka bayarkan. Dengan cara ini, calon nasabah akan lebih cenderung untuk membeli asuransi dan merasa puas dengan keputusan pembelian mereka.

e. Keberatan (*Handing Objection*)

Dalam tahap penawaran produk, agen asuransi sering menghadapi berbagai macam penolakan dari calon nasabah. Menghadapi situasi ini dengan bijaksana dan profesional sangat penting untuk mencapai keberhasilan dalam penjualan asuransi. Dalam tahap penawaran produk asuransi, berbagai macam penolakan bisa terjadi.

f. Tahap Presentasi (*presentation*)

Pada tahap pertunjukan item perlindungan instruktif, seorang spesialis harus mendominasi materi dengan baik dan menjelaskan produk secara detail agar nasabah dapat memahami dengan jelas manfaat yang akan didapatkan. Selama presentasi, agen harus memberikan kesempatan kepada nasabah bertanya dan objektif. Dengan begitu, calon nasabah akan merasa lebih yakin dan percaya terhadap produk asuransi pendidikan yang ditawarkan.

g. Tahap Penutup (*Clossing*)

Penutupan asuransi merupakan tahap penting dalam proses pemasaran asuransi. Agar nasabah yakin dan memahami bahwa keputusan yang diambil adalah tepat dan sesuai dengan kebutuhan mereka, agen asuransi dapat menerapkan beberapa strategi, termasuk yang telah kita sebutkan. Agen asuransi harus selalu berfokus pada kepentingan nasabah dan membantu mereka dalam membuat keputusan yang cerdas dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

h. Tahap Pelayanan Setelah Penjualan (*After Selling Skill*)

Memainkan peran penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara agen dan nasabah. Setelah penutupan penjualan, agen harus terus berusaha memberikan bantuan terbaik kepada pelanggan guna membangun hubungan yang lebih kuat dan menjaga kepercayaan klien. Pelayanan setelah penjualan tidak hanya tentang mencari peluang bisnis baru, tetapi juga tentang mempertahankan hubungan yang sudah ada dan menciptakan kesan positif yang akan membuat nasabah kembali dan merekomendasikan agen kepada orang lain.

2. Kendala Sistem Cycle Selling Skill Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi Jiwa di PT. Prudential Life Assurance Cabang Binjai

Dalam melakukan proses penjualan produk asuransi, agen memang mungkin menghadapi berbagai kendala yang bisa mempengaruhi kesuksesan penjualan mereka. Agen asuransi sering menghadapi kesulitan-kesulitan berikut:

- a) Kendala yang dihadapi dalam perencanaan yang tidak lengkap saat penawaran atau presentasi produk dapat membuat prospek ragu-ragu atau tidak yakin tentang keunggulan produk atau layanan yang ditawarkan. Informasi yang kurang jelas atau tidak memadai dapat menyebabkan ketidakpercayaan dari pihak prospek.
- b) Ditolak dengan berbagai alasan: Saat melakukan prospeksi, agen penjualan mungkin menghadapi penolakan dari calon klien. Alasan penolakan bisa bermacam-macam, seperti tidak tertarik dengan produk atau layanan yang ditawarkan, atau mungkin sudah memiliki penyedia layanan yang lebih disukai.
- c) Kesulitan mencari calon klien: Menemukan calon klien yang cocok dan berpotensi bisa menjadi pekerjaan yang menantang. Agen penjualan harus memiliki keterampilan penelitian yang baik dan memahami dengan baik pasar potensial untuk dapat mengidentifikasi prospek yang sesuai dengan produk atau layanan yang mereka tawarkan.

Kendala-kendala ini dapat mempengaruhi efektivitas proses penjualan produk dan menghambat pencapaian target kesepakatan organisasi. Selanjutnya, organisasi perlu menelusuri pengaturan dan sistem untuk mengatasi hambatan ini, seperti meningkatkan koordinasi antara tim internal, memperbaiki sistem pengumpulan data, atau menggunakan pendekatan komunikasi yang lebih efektif dengan calon nasabah. Selain itu, dalam proses pencarian fakta, agen penjualan dapat lebih proaktif dalam bertanya kepada calon nasabah untuk mendapatkan informasi yang diperlukan.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan studi yang dilakukan oleh PT Prudential Life Assurance mengenai analisis sistematis keterampilan penjualan siklus untuk meningkatkan penjualan produk asuransi jiwa, berikut kesimpulannya:

1. Siklus penjualan yang dilakukan oleh PT Prudential Life Assurance masih berlaku dan terdapat beberapa siklus penjualan atau fase penjualan antara lain: Prospecting, yaitu proses mencari calon pelanggan yang diyakini mampu membeli suatu produk; bahwa selama

proses ini, agen perlu memahami gambaran diri dari klien potensial. Keberatannya adalah selama proses ini, kemungkinan penolakan sangat tinggi.

2. Kendala yang sering ditemui dalam penjualan yaitu : Kendala pertama yang dihadapi dalam perencanaan adalah proposal yang tidak lengkap, perangkat komputer dimatikan tanpa alasan, brosur tidak siap, dll. Rintangan kedua adalah masalah prospek, sulitnya bertemu calon pelanggan.

SARAN

Bagi Agen PT Prudential Life Assurance Cabang Binjai, dilihat dari kendala yang ada, penulis berpendapat masih terdapat kekurangan dalam penyampaian kendala. Penulis berharap agar orang atau kuasanya yang akan diminta untuk memberikan data dan dapat mengkomunikasikan dengan jelas keterbatasan yang dihadapi.

DAFTAR REFERENSI

- Amrin, Abdullah. (2019). *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Arif, Muhammad, Nur, Rianto, Al. (2019). *Pemasaran Strategik Pada Asuransi Syariah*. Bekasi: Gramata Publishing.
- Mulia, E. (2020). *Power Raih Sukses Memimpin Tim Penjual sales*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyanto. (2022). *Prof Sales, Kiat Sukses Menjadi Tenaga Penjual Perbankan*. Mekarsari: Raih Asa Sukses.
- Zainurosalamia, Saida. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Lombok Tengah: Forum Muda Aswaja
- Suryati, Lili. (2019). *Manajemem Pemasaran*. Sleman: Deepublish
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani Eka, dkk (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra biru
- Setiobudi, Bayuaji, Darus. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Selling Skill Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan*, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, 01, 87.
- Ramadhani, Herry. (2018). *Prospek dan Tantangan Perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 01, 64.
- Susilo, Edi. dan Nikmah, Maghfirotn. (2018). *Strategi Pemasaran Agen Asuransi Prulink Syariah diKabupaten Jepara*, Jurnal Ekonomika syariah, 2, 166-168.
- Syaputra, Rizki. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Al-Qur'an tentang Promosi Penjualan*. Jurnal Ecobisma Vol. 6 No. 2, 85-86
- Sudarti, Ken. (2021). *Empowering Others In Salesteam Knowledge Conversion: A Strategy to Boost Selling Performance*. International Journal Of Islamic Bussines Ethic, 6 (2), 135.

- Ronaldo, Reza. dan Maulini, Yul. (2021). *Impact Of Sharia Financing Life Insurance product on Sharia Banking Performance and Sharia Insurance Industry*. Journal Finance, accounting & Bussines Analysis, Vol. 3 (2), 162.
- Jaya, Tiara, Juliana. Sari, Yullina, Devvie. Dan Immanuel, Roy, Anju. (2021). *Strategies For Determining Sharia Insurance Target Market*. Journal Islamic Economic, Vol. 7 (10), 91
- Arifin, M. Rahmawan. (2020). *Atecedents and Consequences Of Transcendental Knowledge Sharing to Improve Work Performance*. Journal Economics and Bussines, Vol. 5 No. 1, 126.
- Winter, Ralph A. (2018). *The liability Insurance Market*. Journal Of Economic Prespective, Vol. 5 No.3, 117
- Harahap, Rahmad Daim (2023). *Analisis produk penjualan dan distribusi terhadap kepuasan pelanggan pada jasa yudistira*. Journal of Vision and Ideas (VISA), Vol. 3 No. 2 (2023)
- Batubara Maryam (2022). *Pengaruh promosi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen produk scarletf whitenin*. Journal Al-Kharaj, Vol. 4 No. 5, 1327
- Silalahi, Purnama Ramadani (2023). *Efektivitas penggunaan facebook advertising sebagai media peningkatan penjualan pada minuman haus durian*. Journal Pendidikan, Sosial dan Humaniora, Vol. 2, No. 3, 375
- Khairina & Nawawi (2017). *Analisis kausalitas granger kebijakan moneter syariah terhadap perekonomian indonesia*. Journal BISNIS, Vol. 5, No. 2, 225
- Kamilah (2021). *Analisis motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada kantor jasa Akuntan PT Eriadi fatkjur rokhman Medan*. Journal Pendidikan Tambusai, Vol. 5, No 3, 8311
- Imsar (2023). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam membeli polis asuransi pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Medan*. Journal JIKEM, Vol. 3 No. 1, 258
- Hasugian, Hotbin (2022). *Pengaruh Kompetensi Audit, Skeptisis, Diri Komplikasi Peran, Religiositas Terhadap Kualitas Audit*. Journal International Of Contemporary Accounting, Vol 4 No 1, 1-20