# BAB IV

# ANALISIS HASIL PENELITIAN

## 4.1. Pelaksanaan Personal Selling di PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung

PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang berada dibawah naungan tiga Menteri, yaitu Menteri Keuangan Sebagai pemilik saham, Menteri Tenaga Kerja sebagai pengawas teknis dan Menteri Pembinaan BUMN sebagai pembina. Walaupun program jaminan sosial tenaga kerja ini bersifat wajib, kegiatan pemasaran sangat diperlukan untuk mensosialisasikan dan menginformasikan kepada dunia usaha dan tenaga kerja, khususnya dengan cara promosi. Pasar sasaran (calon peserta dan peserta) program Jamsostek adalah Tenaga Kerja yang bekerja di Perusahaan Swasta, PMA, BUMN, BUMD, Koperasi, Yayasan dan Perusahaan milik perorangan. Keanggotaan program ini bersifat kolektif, proses pendaftarannya dilakukan oleh perusahaan. Untuk pembayaran iuran, beban perusahaan lebih banyak dibandingkan tenaga kerja.

Personal Selling merupakan salah satu kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung dalam usahanya untuk meningkatkan pendapatan iuran. Di PT. Jamsostek (Persero) petugas yang melaksanakan kegiatan Personal Selling ini disebut Petugas Operasional.

Tujuan PT. Jamsostek (Persero) melakukan Personal Selling adalah :

1. Memperkenalkan Produk.

   Produk yang dikelola oleh PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung merupakan program Jaminan Sosial Tenaga Kerja yang merupakan perlindungan dasar terhadap resiko-resiko sosial. Dalam mengenalkan produknya PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung bertujuan untuk menjelaskan kepada calon peserta dan peserta akan produk, keunggulan dan segala manfa'atnya. Diharapkan calon peserta dan peserta akan tertarik dan akan mengikuti program jaminan sosial yang ditawarkan perusahaan.

2. Mengadakan pendekatan dengan calon peserta dan peserta.

   Membina hubungan baik secara pribadi dengan calon peserta (calon konsumen) dan peserta sangat diperlukan bagi sebuah perusahaan untuk kelangsungan transaksi antara calon peserta dan peserta dengan perusahaan. Karena dengan terjalinnya hubungan baik ini, peserta dapat mencurahkan segala macam komplain terhadap pelayanan dan menyelesaikan masalah tersebut. Hal ini merupakan kelebihan Personal Selling dibandingkan dengan alat promosi yang lain. Pendekatan ini dilakukan secara persuasif dengan wujud kunjungan langsung yang bertujuan untuk lebih mempererat hubungan, mentraktir makan siang dan memperjelas tentang program Jamsostek.

3. Mengingatkan calon peserta dan peserta akan nama perusahaan

   Petugas Operasional bertindak sebagai wakil perusahaan dalam memasarkan produknya, oleh karena itu segala kesan yang timbul

terhadap petugas tersebut dapat mengingatkan konsumen akan perusahaan. Dengan adanya komunikasi yang baik antara petugas operasional dengan calon peserta (calon konsumen) akan menimbulkan image positif pula di benak mereka.

4. Menghadapi pesaing.

   Program Jaminan Sosial Tenaga Kerja sampai saat ini hanya dikelola oleh PT. Jamsostek (Persero), bersifat dasar dan wajib. Tujuan pemerintah dengan mewajibkan program ini adalah untuk memberikan kepastian hukum bagi tenaga kerja sehingga mereka terlindungi dari resiko-resiko sosial. Walaupun demikian bukan berarti tanpa pesaing. Banyak Asuransi komersial yang terus mencoba mempengaruhi pasar agar membeli produk asuransi mereka yang mirip dengan program Jamsostek antara lain Bumiputera, Jiwasraya, Lippo life dan Ikrar Lloyd.

5. Meningkatkan iuran

   Dengan aktivitas personal selling juga PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung telah mampu meningkatkan pendapatan iuran. Yang telah di bayarkan beberapa persennya oleh peserta dari sebagian upahnya menurut ketentuan yang ada selama mengikuti program jamsostek demi kesejahteraan keluarga tenaga kerja dan bagi peserta sendiri.

Dari tujuan-tujuan personal selling yang telah dicapai perusahaan, dapat menggambarkan keberhasilan PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung dalam meningkatkan jumlah peserta dan memasarkan produknya melalui personal selling karena personal selling merupakan cara promosi paling penting yang digunakan untuk mencapai tujuan.

## 4.2. Bentuk Personal Selling yang dilakukan PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung.

1. Kunjungan Rutin secara Langsung ke Perusahaan.

Petugas operasional mendatangi langsung perusahaan sasaran untuk kemudian menjelaskan kepada pengusaha atau wakil pengusaha (biasanya Personalia), mengenai manfa'at program Jamsostek bagi Perusahaan dan tenaga kerja. Dalam melaksanakan kunjungan tersebut ditentukan oleh waktu (hari kerja ) yang tersedia selama setahun. Bila diambil contoh Tahun 1998, maka untuk target kunjungan perusahaan dapat dihitung sebagai berikut :

| | |
|---|---|
| ▭ Jumlah hari per tahun | 365 hari |
| ▭ Hari libur Sabtu dan Minggu | (104 hari) |
| ▭ Hari Besar yang jatuh diluar hari sabtu dan Minggu | ( 11 hari) |
| ▭ Cuti tahunan | ( 12 hari) |
| ▭ Sisa hari kerja seluruhnya | 238 hari |
| ▭ Kegiatan lain-lain | 38 hari |
| ▭ Sisa hari kerja untuk kunjungan | 200 hari |

Berdasarkan target petugas operasional yang ditetapkan oleh Kepala Cabang PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung, setiap hari petugas operasional mengunjungi 3 (tiga) perusahaan. Dengan demikian setiap tahun petugas operasional melaksanakan 600 kali kunjungan ke perusahaan.

2. Presentasi Berkelompok.

Presentasi berkelompok merupakan salah satu kegiatan personal selling yang dilakukan PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung dengan cara, mengundang 20 sampai dengan 50 perusahaan sasaran yang potensial di hall

hotel atau restoran, untuk kemudian mempresentasikan program Jamsostek. Untuk biaya yang timbul pada kegiatan ini ditanggung sepenuhnya oleh PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung, yang dibebankan pada biaya personal selling.

3. Presentasi dihadapan tenaga kerja.

   Merupakan presentasi dihadapan tenaga kerja. Kegiatan ini dilakukan atas undangan dari Perusahaan calon peserta atau perusahaan peserta, dengan harapan para karyawan dapat menerima penjelasan yang benar mengenai manfaat dari program Jamsostek dan menjawab setiap pertanyaan yang diajukan oleh para tenaga kerja secara langsung.

4. Presentasi teknis

   Merupakan presentasi yang oleh para petugas operasional yang dilakukan untuk kasus-kasus tertentu, misalnya apabila ada unjuk rasa, masalah klaim atau kesulitan dan masalah konsumen terhadap program Jamsostek, sehingga diperlukan penjelasan secara teknis dan detail.

5. Presentasi Insidentil.

   Merupakan presentasi petugas operasional yang dilaksanakan dengan cara sisipan pada acara-acara tertentu, misalnya pada penyuluhan HIP (Hubungan Industrial Pancasila) yang dilaksanakan oleh Depnaker. Pada akhir acara petugas operasional melakukan presentasi, menjelaskan tujuan dan manfaat program Jamsostek.

### 4.2.1 Unsur-unsur yang mempengaruhi Personal Selling di PT. Jamsostek Cabang Bandung

Untuk mendapatkan petugas operasional yang berkualitas baik, maka perusahaan membentuk suatu prosedur pengelolaan tenaga penjualan, meliputi unsur – unsur sebagai berikut :

1. Perekrutan dan Penyeleksian Petugas Operasional

   Tugas operasional di PT. Jamsostek (Persero) sangat memerlukan kemampuan teknis dan penguasaan substansi mengenai produk perusahaan (program Jamsostek) sesuai dengan UU No. 3 Tahun 1992, Peraturan pemerintah Nomor 14 tahun 1993, Keputusan Menteri Tenaga Kerja Nomor 05 tahun 1993 dan Keputusan Presiden No. 22 tahun 1993, oleh karena itu untuk calon petugas operasional diambil dari dalam perusahaan. Hasil seleksi dari karyawan pada bidang lain yang sudah bekerja minimal 2 (dua) tahun, dengan persyaratan minimal sebagai berikut :

   a) Pendidikan serendah-rendahnya lulus SLTA.
   b) Menguasai substansi Jamsostek.
   c) Mampu berkomunikasi dua arah
   d) Mampu mengoperasikan komputer
   e) Memiliki mental dan moral yang baik

2. Proses Seleksi

   Proses seleksi dilakukan dengan cara on the job evaluation (OJE) langsung oleh Kepala Kantor Cabang. Apabila di PT.Jamsostek (Persero) Cabang Bandung memerlukan tambahan tenaga petugas operasional, diambil dari karyawan yang ada pada bidang lain sesuai dengan kriteria di atas

Apabila tidak ada yang memenuhi kriteria tersebut maka Kakacab mengajukan ke kantor pusat.

3. Pelatihan Petugas Operasional

Untuk membekali petugas operasional diberikan diklat Manajemen Pemasaran dan keuangan, komputer dan Simulasi presentasi sesuai kebutuhan.

Program pelatihan bertujuan agar tenaga penjual mengetahui dan mengidentifikasikan perusahaan dan produknya.

4. Penilaian Kinerja Petugas Operasional

A. Unsur-unsur yang dinilai

Unsur-unsur yang dinilai didasarkan kepada prioritas perusahaan (manajemen) dalam mencapai sasaran dan upaya penyelesaian masalah yang ada.Tiap-tiap unsur tersebut diatas diberikan nilai bobot yang besarnya ditetapkan berdasarkan skala prioritas dalam pencapaian atau penyelesaian dari unsur-unsur yang dinilai.Unsur-unsur yang dinilai seperti, penambahan peserta, kontinuitas iuran, mendatangkan daftar upah dan mutasi kerja. Yang dalam kurun waktu tertentu dapat dirubah dan disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan .

B. Penilaian untuk pengangkatan dan perubahan jenjang

Setiap calon operasinal dapat di angkat atau tidak diangkat sebagai petugas operasonal didasarkan kepada prestasi rata-rata paling lama tiga tahun.

Demikian juga halnya bahwa bagi seseorang yang sudah berada pada jenjang tertentu pada petugas perasional dapat megalami kenaikan jenjang,

jenjangnya tidak berubah, penurunan jenjang atau dibebaskan dari jabatan didasarkan kepada nilai prestasi rata-rata paling lama tiga tahun.

### 4.2.2 Proses Personal Selling yang dilakukan oleh PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung.

1. Melakukan inventarisasi Perusahaan Wajib Belum Daftar (PWBD) dan Perusahaan Daftar Sebagian (PDS) sebagai data potensi.

   Sebagai langkah awal dalam proses penjualan, petugas operasional menginventarisir Perusahaan Wajib Belum Daftar (PWBD) dan Perusahaan yang mendaftarkan hanya sebagian upah dan jumlah tenaga kerja (PDS). Yang dimaksud dengan Perusahaan Wajib Belum Daftar (PWBD) adalah Perusahaan yang memiliki tenaga kerja minimal 10 orang atau yang membayar gaji total setiap bulan minimal Rp. 1.000.000,- (UU Nomor 3 tahun 1992). Sedangkan Perusahaan Daftar Sebahagian (PDS) adalah Perusahaan dengan kategori wajib sudah mendaftar, akan tetapi tidak semua tenaga kerjanya didaftarkan atau upah yang dilaporkan bukan upah yang sebenarnya. Data-data PWBD dan PDS tersebut didapat dari berbagai sumber, seperti dari Departemen Tenaga Kerja, Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO), Gabungan Pengusaha Jasa Konstruksi (GAPENSI), Kamar Dagang Dan Industri (KADIN), koran, majalah dan media lainnya atau berdasarkan pengamatan di lapangan tergantung kreativitas petugas operasional itu sendiri. Setelah data - data tersebut didapatkan, diolah kembali untuk diteliti keakuratan dan keabsahannya untuk ditindaklanjuti. Langkah ini bertujuan untuk menentukan siapa dan kualifikasi calon konsumen.

UNIKOM

Menurut William J. Stanton (1996 : 168) kegiatan yang dilakukan oleh petugas operasional pada PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung ini termasuk strategi Persiapan Prajual dan Penyelidikan Atau Menemukan Pembeli Potensial, dimana tenaga penjual (petugas operasional) mempersiapkan diri dan membuat profil calon ideal. Dari profil demikian penjual dapat menyusun daftar orang atau perusahaan yang secara logis merupakan pembeli potensial produknya.

2. Pendekatan awal

Setelah perusahaan sasaran ditentukan, petugas operasional melakukan pendekatan awal dengan cara mendatangi langsung perusahaan, mengirim surat pemberitahuan mengenai pelaksanaan program Jamsostek atau melalui telepon. Tujuannya adalah untuk perkenalan dan mempelajari karakteristik pribadi dan kondisi perusahaan serta informasi pendukung lainnya.

Menurut William J.Stanton (1996 : 169), kegiatan ini disebut Prapendekatan calon-calon individual. Dimana mereka ingin mengetahui produk yang dipakai calon sekarang, dan reaksi calon- calon itu terhadap produk.

Pada dasarnya langkah pendekatan awal yang dilakukan oleh petugas operasional sudah berjalan dengan baik. Hal ini terlihat dari tanggapan perusahaan sasaran untuk mendengarkan petugas operasional dalam mengenalkan program jamsostek.

3. Pendekatan

Merupakan kunjungan langsung kedua, petugas operasional PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung ke perusahaan sasaran. Pada kegiatan ini petugas

operasional mulai memperkenalkan program Jamsostek kepada pihak perusahaan sasaran.

Langkah pendekatan ini dalam teori William J. Stanton (1996 : 170) adalah : pendekatan yang digunakan buat menarik perhatian calon pembeli dan memulai penyajian produk.

Pada langkah pendekatan ini petugas operasional pada dasarnya sudah berjalan dengan baik. Hal ini terlihat dari antusiasnya perusahaan sasaran untuk menikuti program jamsostek.

4. Presentasi

Dalam Presentasi ini petugas operasional berhadapan dengan 100-200 orang tenaga kerja perusahaan sasaran, yang bertempat diaula perusahaan yang dilakukan selama dua jam.

Presentasi dilakukan untuk mejelaskan produk perusahaan yaitu program Jamsostek. Dengan cara dan bahasa yang dapat difahami oleh pendengar, dijelaskan mengenai manfaat Jamsostek, hak dan kewajiban perusahaan & tenaga kerja, keuntungan menjadi peserta Jamsostek, jaminan-jaminan yang akan didapat, besarnya iuran dan pembebanannya serta Dasar hukum.

Dalam melakukan presentasi ini petugas operasional menghadapi kendala dimana tenaga kerja atau calon perusahaan peserta berpandangan negatif terhadap PT. Jamsostek (Persero), seperti kasus menara Jamsostek, pembiayaan untuk undang-undang ketenagakerjaan dan anggapan bahwa sulit untuk menyelesaikan klaim.

Pada dasarnya langkah presentasi yang dilakukan petugas opersional PT. Jamsostek (persero) CabangBandung sudah baik, hal ini terlihat pada

kemampuan para petugas opersional dalam mempresentasikan materi program Jamsostek.

5. Mengatasi keberatan – keberatan

Suatu langkah dalam personal selling guna mengatasi keberatan konsumen kepada petugas operasional. Disaat presentasi calon peserta dan peserta dapat mengajukan pertanyaan, untuk menangani hal ini petugas operasional akan mempertahankan pendekatan positif atau menjadikan keberatan–keberatan tersebut menjadi alasan untuk membeli.

Menurut Philip Kotler (1993 : 520) hal tersebut diatas dikenal dengan Handling Objection, dimana pelanggan hampir selalu memiliki keberatan-keberatan selama presentasi atau ketika ditanya untuk memesan.

Secara umum pendekatan yang dilakukan oleh PT. Jamsostek (persero) Cabang Bandung sudah baik. hal ini dilihat dari kemampuan petugas opersaional untuk mengatasi kebertan-kebertan dan pertanyaan yang diajukan oleh konsumen. Kondisi ini tercipta karena etugas opersional telah dilatih untuk memperluas kemampuan negosiasi, dimana penanganan keberatan adalah bagiannya.

6. Penutupan penjualan

Penutupan penjualan di PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung adalah dengan dilaksanakannya pendaftaran perusahaan baru dan pendaftaran tenaga kerja baru. Pertama perusahaan peserta program Jamsostek mengisi formulir pendaftaran perusahaan (F.1) dan formulir pendaftaran tenaga kerja (F.1a). Berdasarkan data tersebut PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung menetapkan jumlah iuran yang dibayarkan.

Penutupan penjualan yang dilakukan petugas opersaional PT. Jamsostek (persero) Cabang Bandung sudah berjalan dengan baik, hal ini dibuktikan dengan banyaknya tenaga kerja yang mendaftarkan dirinya untuk mengikuti program Jamsostek.

7. Tindak Lanjut dan Pemeliharaan

Selanjutnya petugas operasional menjaga hubungan dengan perusahaan/tenaga peserta melalui pembinaan. Dengan cara kunjungan rutin secara periodik, agar dapat diketahui sejauh mana pelayanan Jamsostek yang diterima oleh mereka. Dan membantu penyelesaian administrasi kepesertaan, klaim dan sebagainya.

Pada langkah yang terkhir ini PT. Jamsostek (persero) Cabang Bandung telah melakukannya dengan baik, hal ini dibuktikan dengan target pembinaan yang dibebankan kepada petugas operasional dimana harus mengunjungi perusahaan peserta secara bergantian minimal satu perusahaan dikunjungi satu kali perbulan.

## 4.3. Faktor-faktor Penghambat dan Penunjang Aktivitas Personal Selling pada PT. Jamsostek (persero) Cabang Bandung

### 4.3.1 Faktor – faktor Penghambat Aktivitas Personal Selling

Pada umumnya setiap perusahaan tidak lepas dari permasalahan yang dihadapi dalam mencapai tujuannya. Demikian pula halnya dengan PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis berpendapat bahwa didalam melaksanakan aktivitas personal selling para petugas operasional menghadapi berbagai masalah.

Adapun masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Tenaga kerja di Indonesia pada umumnya belum menganggap bahwa jaminan sosial itu sangat penting artinya dalam menghadapi resiko – resiko kerja yang banyak terjadi hal ini berpengaruh pada peningkatan jumlah peserta.
2. Perusahaan – perusahaan yang hanya mendaftarkan sebagian tenaga kerja dan sebagian upah saja kepada PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung, hal ini berpengaruh terhadap pendapatan iuran.
3. Perusahaan tidak menyediakan fasilitas telepon genggam dan laptop untuk petugas operasional sehingga menyulitkan komunikasi baik komunikasi lisan maupun komunikasi data.
4. Kurangnya pendidikan dan pelatihan petugas operasional sehingga kemampuan dan lobby terhadap peserta belum maksimal.
5. Tenaga petugas operasional masih ada yang berpendidikan hanya SMA, sehingga kurang memiliki wawasan.
6. Banyaknya pemberitaan di media massa yang cenderung bersifat negatif mengenai PT. Jamsostek (Persero) tanpa konfirmasi dan survei terlebih dahulu.

### 4.3.2 Faktor – faktor Penunjang Aktivitas Personal Selling.

1. Fasilitas kendaraan yang cukup memadai yaitu 4 (empat) unit Toyota Kijang yang dapat membantu mobilitas petugas personal selling.
2. Koordinasi yang baik dengan aparat terkait akan membantu kelancaran komunikasi dengan pihak perusahaan.

3. Peraturan & perundang-undangan yang berlaku sangat membantu mempengaruhi prilaku dan minat peserta.
4. Kebutuhan akan Jaminan sosial seiring dengan berkembang dunia industri dan teknologi membantu kelancaran kegiatan personal selling.
5. Bahwa dengan mengikuti program Jamsostek hidup tenaga kerja dan keluarganya akan merasa aman dari resiko yang mengancam kecelakaan kerja, kesehatan dan kesejahteraan.
6. Kejujuran selalu diterapkan kepada seorang petugas operasional pada peserta ataupun calon peserta agar timbul suatu kepercayaan peserta terhadap program Jamsostek

## 4.4. Hubungan Personal Selling dengan peningkatan jumlah peserta PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas dari peranan personal selling terhadap peningkatan jumlah peserta pada perusahaan, maka penulis akan melakukan analisa secara deskriftif terhadap peningkatan jumlah peserta selama empat tahun. Data perkembangan jumlah peserta yang disajikan adalah dari tahun 1997 sampai dengan tahun 2000 seperti terlihat pada tabel 4.2 Dengan data yang ada dinilai sudah dapat mewakili perhitungan untuk mencapai hasil penelitian penulis yaitu mengetahui seberapa besar peranan yang disumbangkan personal selling terhadap peningkatan jumlah peserta.

**TABEL IV - II**

**PERKEMBANGAN JUMLAH PETUGAS OPERASIONAL DAN PENINGKATAN JUMLAH PESERTA JAMSOSTEK WILAYAH BANDUNG TAHUN 1997 S/D 2000**

| TAHUN | JUMLAH PETUGAS OPERASIAONAL | JUMLAH PERUSAHAAN PESERTA AKTIF | JUMLAH TENAGA KERJA PESERTA AKTIF |
|---|---|---|---|
| 1997 | 5 | 1.570 Perusahaan | 524.288 Orang |
| 1998 | 6 | 1.740 Perusahaan | 673.117 Orang |
| 1999 | 8 | 1.821 Perusahaan | 721.116 Orang |
| 2000 | 9 | 1.917 Perusahaan | 792.108 Orang |

Sumber : PT. JAMSOSTEK (Persero) Cabang Bandung

Berdasarkan tabel IV - II yaitu peningkatan jumlah peserta perusahaan aktif pada PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung pada tahun 1997 yaitu 1.570 perusahaan, dan bagi peserta tenaga kerja aktif berjumlah 524.288 orang

Pada tahun 1998 peningkatan jumlah peserta bagi perusahaan aktif yaitu : 1.740 perusahaan .sedangkan peserta tenaga kerja aktif berjumlah: 673.117 orang

Di tahun 1999 peningkatan jumlah peserta perusahaan aktif pada PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung juga mengalami kenaikan yaitu: 1.821 perusahaan sedangkan bagi peserta tenaga kerja aktif berjumlah: 721.116 orang .

Untuk tahun 2000 peningkatan jumlah peserta perusahaan aktif pada PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung tetap mengalami kenaikan yaitu 1.917perusahaan sedangkan jumlah tenaga kerja aktif yaitu : 792.108 orang.

Dengan demikian total peningkatan jumlah peserta pada PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung dengan jumlah perusahaan peserta mencapai : 7.048

perusahaan aktif dan bagi jumlah tenaga kerja totalnya yaitu : 2.710.629 orang peserta tenaga kerja aktif, namun kenaikan jumlah peserta dari tahun 1997 sampai dengan tahun 2000 tidak lepas dari pengaruh beberapa hal, antara lain :

1 Kesadaran para tenaga kerja akan arti penting dan manfaatnya program jaminan sosial yang di selenggarakan oleh PT. Jamsostek (Persero) Cabang Bandung, dalam menghadapi resiko – resiko sosial selama bekerja.

2. Para petugas operasional secara proaktif melakukan aktivitas personal selling dengan baik yang didukung oleh sesama karyawan dalam melayani semua kebutuhan peserta.

3. Dan faktor lain diluar personal selling seperti kebijakan pemerintah, situasi politik, tehnologi, budaya dan keamanandengan melihat dari tabel yang ada kita dapat mengetahui sejauh mana peranan Personal Selling sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah peserta dan semakin efektif serta efesien kegiatan Personal selling yang dilakukan, maka semakin besar keberhasilan PT. Jamsostek (persero)Cabang Bandung dalam memasarkan produknya.