BAB III

PELAKSANAAN KERJA PRAKTEK

3.1 Bidang Pelaksanaan Kerja Praktek

Selama kurang lebih 1 (satu) bulan terhitung sejak 06 Juli 2011 penulis melaksanakan kerja praktek di WISMA BUMI PUTERA CIMAHI yang dikepalai oleh Direktur Utama BUMI PUTERA CIMAHI,yang cara pelaksanaannya dibantu oleh Sub Bagian Manajer Pelaksanaan Pemasaran dan untuk Pelaksanaan kerja praktek ini dimaksudkan untuk mengetahui aktivitas yang dilakukan di bagian Pemasaran di wisma bumiputera.Bagian ini mempunya tugas yaitu:

1. Mengetahui aspek kegiatan pemasaran dengan cara personal selling yang dilakukan oleh para agen di Wisma Bumiputera.
2. Melakukan pemasaran produk dengan cara personal selling untuk mendapatkan nasabah dengan membawa brosur produk asuransi bumi putera untuk ditawarkan kepada calon konsumen dengan jenis produknya yaitu :
    - Asuransi Jiwa Mitra Beasiswa
    - Asuransi Jiwa Mitra Cerdas
    - Asuransi Jiwa Mitra Sehat
    - Asuransi jiwa Mitra Pensiun

3.2 Teknis Pelaksanaan Kerja praktek

Kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama melaksanakan Kerja Praktek di bagian Pemasaran pada WISMA BUMIPUTERA adalah membantu kegiatan para agen.Sebelum penulis diberikan tugas atau pekerjaan terlebih dahulu diberikan bimbingan oleh pembimbing sehingga penulis mengetahui bagaimana melaksanakan pekerjaannya.Adapun jenis kegiatan yang penulis lakukan selama kerja praktek pada WISMA BUMIPUTERA CIMAHI adalah:

1. Melayani nasabah yang datang langsung keperusahaan
2. Menyusun dan membuat daftar nama pemegang polis secara upto date
3. Melakukan seleksi awal pemegang polis memastikan bahwa data yang ditulis dalam surat permintaan asuransi sesuai fakta yang sebenarnya.

3.3 Hasil Pelaksanaan Kerja Praktek

Adapun hasil dari pelaksanaan kerja praktek di WISMA BUMI PUTERA CIMAHI yaitu penulis mengetahui tujuan, prosedur, dan pelaksanaan personal selling yang dilakukan oleh WISMA BUMIPUTERA CIMAHI.

3.3.1 Langkah-langkah Pelaksanaan dalam kegiatan personal selling adalah:

- Prospecting

  Pada langkah awal ini para tenaga kerja harus dapat mengidentifikasikan pelanggan potensial atau yang biasa di sebut

prospek,yakni konsumen mempunyai kebutuhan akan produk perusahaan, mampu secara financial dan bersedia melakukan pembelian untuk itu tenaga penjual harus dapat aktif mencari informasi dengan memanfaatkan yang ada seperti surat kabar, telepon, buku dansebagainya

- Pre-approach

  Pada tahap kedua ini para tenaga penjual berusaha menemukan apa yang dibutuhkan calon pelanggan,sikapnya terhadap produk dan merek yang ada,karakteristik,individu dan produk yang telah digunakan..

- Approach

  Kemudian tenaga kerja penjual dapat melakukan kontak perusahaan untuk memberikan kesan awal yang baik perlu dipersiapkan dan pengetahuan yang memadai.jangan sampai pelanggan mempunya penilaian yang buruk terhadap kita,untuk itu dianjurkan agar penjual memapai pakaian yang sopan dan tutur kata yang ramah.

- Make Presentation

  Melakuakan presentasi dengan menonjolkan keistimewaan produk dibanding dengan pesaing tampilan dan manfaat adalah adalah hal yang harus dilakuan para penjual dengan demikian konsumen akan tahu keuntungan yang didapat oleh mereka.

- Determine objections

  Tenaga penjual berusaha mengoreksi apa saja keberatan-keberatan yang ada didalam diri konsumen mengenai produk yang ditawarkan.

- Meet objections

Konsumen pada tahap ini mengeluarkan keberatan-keberatan yang mereka rasakan untuk itu tugas penjual harus harus dapat memberikan penjelasan yang mampu membalikan keberatan-keberatan tersebut menjadi suatu alas an untuk membeli.

- Trial close,

  Seorang tenaga penjual mencoba untuk menutup komunikasi dengan prospek dengan memberikan kesimpulan dari hasil presentasi produk yang telah dilaksanakan.

- Close,

  Penjual dapat menarik perhatian konsumen dengan memberikan harga khusus atau hadiah lain dapat diperoleh dengan memberikan produk yang ditawarkan.

- Follow-up

  Tenaga penjual tetap memlihara hubungan baik dengan pelanggan untuk menjamin produk telah diterima dan menyediakan pelayanan jual..

Karakteristik Penjualan Peribadi (Personal Selling) :

Model komunikasi	Langsung tatap muka
Control situasi	Tinggi
Jumlah umpan balik	Banyak
Kecepatan umpan balik	Segera
Arah aliran pesan	Dua arah
Identifikasi sponsor	Ya

Kecepatan dalam menjangkau	Lamban

3.3.2 Strategi dalam Personalseling

Strategi Personal Selling Pada PT.Asuransi Bumiputera Cimahi Bandung Program Strategi Personal Selling yang dilakukan oleh PT. Asuransi Bumiputera Cimahi untuk meningkatkan volume penjualan polis ada beberapa tahap, yaitu :

1. Perhatian (Attention)

Pada tahap ini tujuan tenaga penjual adalah menempatkan prospek pada tahap penerimaan dari benaknya di mana bagian utama dari penjualan sudah dimulai.

Beberapa tindakan dalam tahap attention:

- Berjabat tangan dengan hangat
- Tersenyum
- Jangan merokok kecuali di persilakan merokok
- Jadilah pendengar yang baik, perlihatkan minat saudara
- Jadilah pembicara yang baik
- Jika tidak mengerti bertanyalah, jangan pura-pura tau
- Gunakan panggilan formal, misal Ibu, Bapak
- Kendalikan emosi diri yang negative, jangan marah

2. Minat (Interest)

Tujuan kedua dari proses penjualan adalah untuk menarik perhatian dari prospek sehingga prospek dapat memiliki minat yang kuat pada produk yang ditawarkan.

Beberapa tindakan dalam tahap interest :

- Kenali mereka, apakah mereka mulai tertarik
- Kaitkan subyek pembicaraan dengan masalah yang mereka hadapi
- Amati terus keadaan jiwa / suasana hati mereka
- Presentasekan perusahaan dengan baik, tenaga penjual adalah duta perusahaan
- Prosentasekan produk dengan baik, jangan menjelekan produk pesaing

3. Keinginan (Desire)

Pada tahap ini, keberatan-keberatan pelanggan akan diutarakan. Jadi tugas utama tenaga penjual adalah mampu menjawab setiap pertanyaan yang pada akhirnya menjadikan pelanggan merasa yakin dan merasa bahwa pilihan untuk membeli produk saudara adalah pilihan yang paling tepat. Untuk itulah pengetahuan tentang produk sangat diperlukan.

4. Tindakan (Action)

Jika proses presentasi telah berjalan secara sempurna, maka prospek siap untuk memesan. Bagaimanapun juga tindakan ini biasanya tidak berlangsung secara otomatis. Proses ini sering juga disebut sebagai proses menutup order.

Sebagai tenaga penjual yang professional, anda harus dapat menciptakan keadaan sampai prospek mengambil tindakan. Tenaga penjual yang berpengalaman akan menciptakan situasi sampai mereka yakin bahwa prospek benar-benar percaya akan manfaat dari usulan yang diberikannya.

5. Kepuasan (Satisfaction)

Setelah pelanggan melakukan pemesanan maka tenaga penjual harus kembali meyakinkan pelanggan bahwa keputusan yang mereka buat adalah tepat. Pelanggan harus dapat melepaskan anggapan bahwa salesman hanya membantu dalam membuat keputusan untuk membeli yag hanya menguntungkan dua belah pihak. Setiap perusahaan selalu menerima keluhan pelanggan, perbedaannya terletak pada keseringan dan intensitasnya. Jadi walaupun penjualan sudah terjadi tetaplah berhubungan baik.

3.3.3 Hambatan hambatan dan usaha yang dihadapi pada peroses personal selling di bumiputera yaitu:

1. Faktor internal:
   a. Kecakapan atau Keterampilan Agen

      Pada pemasaran produk asuransi bumiputera cabang cimahi pada tingkat kemampuan para agen sebagai pelaku pelaksana pemasaran produk asuransi.maka pihak perusahaan sangat memperhatikan dalam perekrutan seorang agen,maka dalam perekrutan agen tersebut dapat menghasilkan calon-calon agen