

BAB 3

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini yaitu PT AJ Sequislife, perusahaan yang bergerak di bidang asuransi jiwa dan terletak di jalan Raya Kertajaya no 65 Surabaya. Peneliti melakukan penelitian pada perusahaan ini selama 1 bulan , dimulai dari tanggal 1 Agustus-1 september 2012.

Peneliti tertarik untuk memilih perusahaan ini karena ingin mengetahui bagaimana jalannya penjualan pada perusahaan jasa, serta ingin mengetahui apakah penjualan yang dijalankan oleh agent sudah sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan perusahaan.

3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber data

3.2.1 Pendekatan penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan ini adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu jenis penelitian dengan mendeskripsikan objek yang diamati secara langsung dan dianalisis secara kualitatif.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif karena data dan informasi yang peneliti kumpulkan lebih banyak bersifat keterangan-keterangan baik berbentuk angka maupun bukan berupa angka, dengan jenis penelitian berupa studi kasus.





Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data berasal dari sumber internal, berupa :

Data Primer

Data Primer dari data-data kualitatif diatas dikumpulkan dari sumber utama dengan melakukan observasi langsung dan wawancara langsung pada pihak manajemen perusahaan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara :

- a. Wawancara, yaitu suatu tehnik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung terhadap pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti
- b. Observasi, yaitu tehnik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung dilapangan terhadap objek yang diteliti. Objek yang akan diteliti adalah dokumen-dokumen audit operasional dan pengendalian intern penjualan perusahaan. Data yang dihasilkan oleh observasi ini digunakan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai pelaksanaan auditor dan pengendalian intern dalam penjualan dan dapat juga dijadikan alat untuk memvalidasi jawaban yang diperoleh dari jawaban kuesioner.
- c. Dokumentasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan melihat dokumen atau mengadakan catatan yang ada diperusahaan.



3.4 Definisi Operational

Masing-masing kata kunci dalam penelitian ini perlu dijelaskan agar diperoleh kesamaan pemahaman terhadap konsep – konsep dalam penelitian ini yaitu :

- a. Audit operasional penjualan proses yang sistematis untuk mengevaluasi efisiensi dan efektivitas kegiatan penjualan suatu organisasi dalam prosesnya untuk mencapai tujuan organisasi tersebut, dan keekonomisan operasi organisasi yang berada dalam pengendalian manajemen serta melaporkan kepada orang-orang yang tepat atas hasil-hasil evaluasi tersebut beserta rekomendasi untuk perbaikan. Proses audit operasional yang dilakukan yaitu mencari dan meneliti data-data yang ada pada perusahaan, mencatat semua kebijakan yang ada dalam perusahaan, kemudian membandingkan antra kebijakan perusahaan dengan fenomena (relisasi) yang terjadi di lapangan yang dapat dilihat dari data-data yang telah di teliti. Audit operasional disini meliputi : Prospek, pembuatan proposal, dan closing atau pelayanan purna jual.
- b. Prosedur Standar Operasi / *Standard Operating Procedure* (SOP) adalah suatu standart/pedoman tertulis yang dipergunakan untuk mendorong dan menggerakkan suatu kelompok unrtuk mencapai tujuan organisasi. SOP merupakan tatacara atau tahapan yang dibakukan dan yang harus dilalui untuk menyelesaikan suatu proses kerja tertentu. Dengan adanya Prosedur Standar Operasi diharapkan suatu usaha atau





aktivitas yang berjalan pada perusahaan dapat memberikan hasil terbaik dengan tingkat efisiensi yang baik.

Fungsi SOP adalah memperlancar tugas petugas/pegawai atau tim/unit kerja, sebagai dasar hukum bila terjadi penyimpangan, mengetahui dengan jelas hambatan-hambatannya dan mudah dilacak, mengarahkan petugas/pegawai untuk sama-sama disiplin dalam bekerja, sebagai pedoman dalam melaksanakan pekerjaan rutin.

Dalam menjalankan operasional perusahaan, peran pegawai memiliki kedudukan dan fungsi yang sangat signifikan. Oleh karena itu diperlukan standar-standar operasi prosedur sebagai acuan kerja secara sungguh- sungguh untuk menjadi sumber daya manusia yang profesional, handal sehingga dapat mewujudkan visi dan misi perusahaan

Prosedur Standart Operasi yang dibahas meliputi :

a. SOP Prospek

Prospek dilakukan untuk mengetahui kebutuhan nasabah serta pengenalan produk yang dilakukan oleh agent demi memenuhi kebutuhan nasabah. Dalam satu hari seorang agent seharusnya minimal melakukan pertemuan dengan dua orang.

b. SOP Pembuatan proposal dilakukan untuk menuntut nasabah mengetahui lebih jauh tentang segala keuntungan yang dimiliki pada saat nasabah tersebut bergabung dengan sequislife.



c. SOP Closing

Pada saat nasabah berhasil masuk dan bergabung menjadi nasabah sequislife, maka agent tersebut berhasil melakukan closing.

Prospek dilakukan untuk mengetahui kebutuhan nasabah serta pengenalan produk yang dilakukan oleh agent demi memenuhi kebutuhan nasabah.

- d. Penjualan suatu proses transformasi produk dengan cara menjual produk baik berupa barang ataupun jasa yang digunakan sebagai pendapatan suatu perusahaan. Penjualan jasa yang dilakukan PT AJ Sequislife adalah dengan cara menawarkan produk yang dimiliki khususnya produk SQ Protector Plus 75. Seorang agent dikatakan telah berhasil menjual jika nasabah yang ditemui telah melakukan tanda tangan pada form perjanjian atau SPAJ, dan telah melakukan pembayaran untuk premi di tahun pertama (pembayaran yang dilakukan sesuai perjanjian antara agent dengan nasabah 1bulanan, 3bulanan, 6bulanan atau tahunan). Nilai rupiah yang dibebankan kepada nasabah berdasarkan atas manfaat pertanggungan yang diperoleh dengan kesepakatan.

1.5 Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan langkah sebagai berikut :



a. Identifikasi Masalah

Mengidentifikasi permasalahan yang terdapat dalam perusahaan

b. Mencari dan Mengumpulkan data terkait

Mencari dan mengumpulkan data yang terkait dengan permasalahan yang terjadi diantaranya yaitu dengan cara wawancara, dokumentasi, observasi.

c. Membandingkan fenomena(realisasi) dengan permasalahan

Dari kenyataan yang terjadi di lapangan dibandingkan dengan permasalahan yang ada, sehingga dapat menemukan jawaban atau hasil penyelesaian dari permasalahan yang terjadi.

d. Menyimpulkan hasil perbandingan teori dengan permasalahan

Memberikan kesimpulan perbandingan fenomena (realisasi) dengan permasalahan



BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

PT AJ.Sequislife adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Dengan berbagai macam produk-produk unggulan yang selalu bersaing. Salah satu produk yang diunggulkan adalah *SQ Protector Plus 75*.

Pertama kali didirikan tahun 1984, perusahaan menggunakan nama *Universal Life Indo (ULINDO)*. Pada tahun 1992, dilakukan joint venture dengan *New York Life International* sehingga perusahaan berganti nama menjadi *Sewu New York Life*. Kedua aliansi ini telah berhasil membawa praktek-praktek terbaik kelas dunia di industri asuransi di Indonesia.

Pada tahun 2003 perusahaan berdiri sendiri dengan nama baru *Sequislife* yang mengusung motto "*For A Better Tomorrow*".

Pada tahun 2005, Sequislife mengambilalih / mengakuisisi PT. Met Life Sejahtera. Kini dengan identitas baru, Sequislife semakin memperkuat posisinya di pasar asuransi jiwa Indonesia melalui komitmen yang kuat terhadap para nasabahnya dengan didukung visi dan misi perusahaan. Perpaduan kokoh antara keahlian di bidang industri asuransi serta pengetahuan kultural setempat membuat Sequislife berhasil menjadi salah satu perusahaan asuransi jiwa swasta terkemuka di Indonesia. Dengan didukung oleh manajemen yang solid dan berhati-hati dalam keuangan ,



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



produk yang berkualitas, pelayanan yang terbaik, dan tim penjualan yang profesional di industri asuransi jiwa, Sequislife secara konsisten menjaga *Risk-Based Capital (RBC)* yang baik dan memenuhi standar regulator di Indonesia.

Semua ini merupakan wujud komitmen perusahaan kepada nasabah, agen, dan masyarakat Indonesia. Sequislife hadir untuk memberikan rasa aman dalam pengelolaan keuangan serta mewujudkan kehidupan yang berkualitas bagi para nasabahnya.

Pengalaman selama 26 tahun telah membuat Sequislife menjadi Perusahaan Asuransi Jiwa yang berwawasan global dan mampu menerapkan praktek-praktek bisnis dengan standar Internasional. Berikut ini adalah logo PT AJ.Sequislife

Gambar 4.1

Logo PT AJ.Sequislife



Sumber : PT AJ.Sequislife

4.1.2 Visi Misi Tujuan Perusahaan

Visi :

Untuk menjadi Perusahaan pilihan dan pemimpin pasar dalam industri Asuransi Jiwa di Indonesia.

Misi :

Untuk para nasabah Sequislife akan menyediakan :



- a. Produk-produk dengan mutu terbaik dan pelayanan inovatif dengan penuh perhatian.

Untuk para rekanan bisnis dan Karyawan, Sequislife akan menyediakan :

- a. Kesempatan karir yang terus berkembang
- b. Pengembangan profesionalisme yang terus menerus
- c. Lingkungan dengan praktik-praktik manajemen internasional yang terkini dan terbaik

Untuk para pemegang Saham, Sequislife akan menyediakan :

- a. Hasil investasi yang menarik dan nilai kepemilikan saham yang bertambah

Untuk masyarakat Indonesia, Sequislife akan menyediakan :

- a. Menerapkan standart tertinggi untuk integritas dalam dunia industri Asuransi Jiwa dan kontribusi bagi pembangunan bangsa
- b. Menyediakan proteksi terbaik untuk “ A Better Tomorrow”

4.1.3 Nilai-nilai

S : security

Memberikan rasa aman dengan adanya kondisi keuangan perusahaan yang kokoh dan stabil.

E : Empowerment

Memberikan kewenangan sesuai kapasitas serta jabatannya masing-masing untuk menjadi pemimpin dibidangnya dengan menciptakan rasa kepemilikan dan rasa tanggung jawab

Q : Quest for Knowledge

Selalu berusaha untuk mempelajari hal-hal yang baru dan melakukan perbaikan

U : Unity

Setiap individu berusaha bersama-sama untuk mencapai sesuatu yang lebih baik

I : Integrity

Jujur, terbuka dan dapat dipercaya

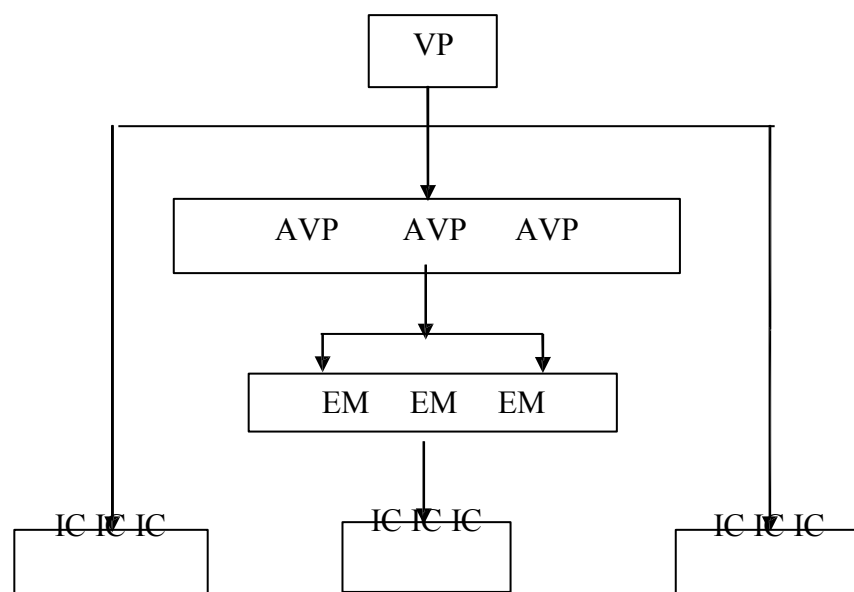
S : Service Excellence

Berusaha untuk memberikan servis terbaik yang melebihi apa yang diharapkan konsumen

1.2 Struktur Organisasi

Gambar 4.2

Struktur Organisasi PT AJ Sequisilife



Sumber : PT AJ Sequisilife

Note :

VP : *Vice President*

AVP : *Associate Vice President*

EM : *Executive Manager*

IC : *Insurance Consultant*

1.2.1 Pembagian tugas

Berikut ini akan dijelaskan mengenai pembagian tugas dari masing-masing jabatan :

a. Insurance Consultant

Tugas : mencapai target minimal sebesar Rp 25.000.000,- /tahun

b. Executive Manager

Tugas :

- Mencapai target minimal sebesar Rp 400.000.000,-/thn (Rp 250.000.000,-/thn merupakan pendapatan pribadi, sedangkan Rp 150.000.000,-/thn merupakan pendapatan dari 5 insurance Consultant yang ada dibawahnya)
- Memotivasi insurance consultant yang berada di bawahnya agar dapat mencapai target.

c. Associate vice president

Tugas :

- Mencapai target minimal Rp 800.000.000,-/thn



- Memotivasi Insurance Consultant dan Executive Manager yang ada dibawahnya agar mencapai target. Memotivasi Insurance

d. Vice President

Tugas :

- Mencapai target minimal sebesar Rp 1.500.000.000,-/thn
- Memotivasi Insurance consultant, Executive manager dan associate vice president yang ada dibawahnya.

1.3 Produk dan Service

Asuransi kesehatan yang bagus adalah asuransi kesehatan yang senantiasa memberikan peningkatan pelayanan dalam berbagai segi artinya perusahaan tersebut selalu berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya dan semakin mempermudah proses klaim apabila dibutuhkan, apakah anda setuju dengan pernyataan tersebut?

Asuransi kesehatan yang satu ini memang luar biasa karena sederhana, mudah dan cashless anda tidak perlu membayar uang deposit, cukup menunjukkan kartu tanda peserta asuransi kesehatan saja anda sudah dilayani sesuai dengan kelas yang dipilih secara “Gratis” selain itu keistimewaan berikutnya adalah biaya operasi ditanggung sesuai tagihan (tidak di limit berdasarkan operasi kecil, sedang, dll) yang kadang membuat anda harus merogoh kocek yang lumayan besar untuk membayar kekurangan biaya perawatan rumah sakit.





Ditambah lagi asuransi kesehatan yang satu ini juga memberikan penggantian biaya obat-obatan sesuai tagihan sehingga anda memang tidak perlu merasa khawatir lagi ketika harus di paksa untuk berkamar di rumah sakit, dan biaya kunjungan harian dokter umum maupun spesialis pun di ganti sesuai dengan tagihan

Salah satu kelebihan lain dari asuransi kesehatan ini adalah diberikannya fasilitas rawat jalan berupa : 30 hari sebelum dirawat inap akan diganti sesuai tagihan dan 90 hari setelah rawat inap jika ada biaya untuk kontrol penyakit akan diganti sesuai tagihan, bagaimana menurut anda? masih kurang bagi anak kecil dibawah 15 tahun diberikan fasilitas penggantian biaya harian orang tua yang jaga mulai dari Rp. 50.000 perhari hingga Rp. 500.000 perhari tergantung plan yang diambil maksimal 14 hari.

Kelebihan paling utama dari asuransi kesehatan yang saya ceritakan ini adalah diberikannya perlindungan hingga usia 75 tahun yang dapat diartikan bahwa anda dilindungi seumur hidup anda bahkan pada saat anda telah uzur dan rentan terhadap penyakit dimana asuransi lain sudah tidak memberikan perlindungannya lagi, namun bersama kami anda tetap terlindungi.

Sebagai bukti keseriusan asuransi kesehatan ini adalah dengan terus memberikan fasilitas yang memudahkan bagi anda, terakhir tanggal 30 November 2009 yang lalu kami kembali menambah 24 rumah sakit rekanan sehingga kini kami telah memiliki total 157 rumah sakit rekanan yang tersebar hampir di seluruh Indonesia, yang tentu semakin memudahkan anda



menggunakan fasilitas cashless dari kami. Sebagai bukti peningkatan pelayanan kami, kami terus menambah jumlah rumah sakit rekanan yang tersebar diseluruh kota besar di Indonesia, hingga 18 Juli 2011 ini kami telah bekerjasama dengan lebih dari 200 rumah sakit rekanan.

Buktikan sendiri komitmen dan pelayanan dari kami, anda cukup menabung di Sequislife, masalah kesehatan anda kami yang tanggung sesuai tagihan rumah sakit anda, tinggal serahkan kartu pesertanya dan beres.

Usia masuk dalam produk asuransi Sequislife dari balita usia 6 bulan sampai dengan 65 tahun (Umur masuk sampai 65 tahun pun dapat diproteksi baik jiwa dan kesehatan).

Produk sequislife terdiri dari 2 jenis :

1. Tradisional

Terdiri dari produk asuransi jiwa, asuransi kesehatan, perencanaan pendidikan dan perencanaan pensiun. Dengan masa perlindungan hingga umur 100 tahun.

2. Unitlink

Produk yang merupakan kombinasi antara asuransi jiwa, asuransi kesehatan dan program investasi, yang menawarkan fleksibilitas pilihan investasi yang menguntungkan. Pilihan investasi yang dapat dipilih adalah Rupiah Stable Fund, Rupiah Equity Fund, Rupiah Cash fund, syariah balance fund dan rupiah managed fund. Perlindungan di produk unitlink sampai dengan usia 85 tahun.

4.3.1 Manajer investasi

Manajer investasi pada PT AJ Sequislife berperan dalam pengelolaan dana nasabah yang masuk pada Sequislife. Pengelolaan dana nasabah 100% dikelola oleh Manajer Investasi. PT AJ Sequislife memilih bekerjasama dengan PT Schroder Investment Management Indonesia, dimana Schroder merupakan salah satu manajer investasi terbaik di Indonesia.

4.3.2. Asuransi Kesehatan

Asuransi adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada tindakan, sistem, atau bisnis dimana perlindungan finansial (atau ganti rugi secara finansial) untuk jiwa, properti, kesehatan dan lain sebagainya mendapatkan penggantian dari kejadian-kejadian yang tidak dapat diduga yang dapat terjadi seperti kematian, kehilangan, kerusakan atau sakit, dimana melibatkan pembayaran premi secara teratur dalam jangka waktu tertentu sebagai ganti polis yang menjamin perlindungan tersebut.

PT AJ Sequislife merupakan perusahaan asuransi yang mempunyai banyak produk, salah satu produk yang menjadi unggulan adalah ***SQ Protector Plus 75***. Perlunya asuransi bagi setiap orang, membuat perusahaan ini mengembangkan produk asuransinya menjadi lebih lengkap dan mudah.

Untuk produk asuransi Kesehatan Sequislife bekerjasama dengan internasional SOS yang mempunyai kerjasama dengan lebih dari 200 Rumah sakit rekanan yang tersebar di seluruh Indonesia. Asuransi Sequislife





menggunakan sistem **CASHLESS**, sehingga pada saat nasabah datang ke Rumah sakit rekanan, nasabah tidak perlu melakukan pembayaran dulu kepada Rumah sakit tersebut, cukup hanya menunjukkan kartu Sequis Internasional SOS.

Keunggulan dalam Asuransi kesehatan Sequislife adalah SQ Protector Plus 75, disini nasabah mendapatkan perlindungan kesehatan SESUAI TAGIHAN, tanpa adanya pembatasan nilai perawatan (kecuali untuk beberapa manfaat yang masih diberlakukan pembatasan dan melihat batas tahunan/seumur hidup.

Dengan demikian Sequislife semakin memudahkan nasabah yang membeli produk asuransinya.

4.3.3 Premi Asuransi

Jika nasabah hendak mengikuti asuransi pada Sequislife, nasabah harus membayar premi yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Minimal premi asuransi PT AJ Sequislife Rp 300.000,-/bln.

Premi tersebut ditentukan dari usia tertanggung dan pemegang polis, serta manfaat yang diterima oleh nasabah. Semakin tinggi usia nasabah, maka semakin tinggi pula premi yang harus dibayarkan, begitu juga sebaliknya jika semakin tinggi manfaat yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabah, maka semakin tinggi pula premi yang harus dibayar. Nilai jual perusahaan dilihat dari premi yang akan dibayarkan oleh nasabah.

1.4 Kebijakan Penjualan Perusahaan

Kebijakan penjualan perusahaan merupakan toleransi yang diberikan perusahaan kepada agen dalam melakukan proses *sales product* kepada *client*. Dalam hal ini agen diwajibkan melakukan beberapa kegiatan yang harus dilaksanakan dan dikerjakan tiap hari nya. 3 pokok penting kegiatan yang harus dilakukan seorang agen diantaranya yaitu prospek, pembuatan proposal dan *closing*.

4.4.1 Prospek

Prospek merupakan peluang yang terjadi karena adanya usaha seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya juga untuk mendapatkan profit atau keuntungan. Dengan demikian prospek merupakan kondisi yang akan dihadapi oleh perusahaan dimasa yang akan datang baik kecenderungan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. Kondisi ini dipengaruhi oleh berbagai peluang dan ancaman yang dihadapi. Kelemahan dan kekuatan yang dimiliki perusahaan sehingga diperlukan perencanaan dan perumusan strategis perusahaan secara baik. Khususnya kebijakan pemasaran dan perusahaan dapat meningkatkan pemasaran produksinya dengan memanfaatkan peluang-peluang dan mengetahui berbagai bentuk ancaman dikemudian hari. Berikut merupakan langkah-langkah atau syarat yang harus dilakukan seorang agen dalam melakukan prospek.

- a. Seorang agent diharuskan minimal mempunyai 100 data nama yang digunakan sebagai bahan untuk melakukan prospek





- b. Dalam satu hari agent harus membuat janji bertemu atau prospek sebanyak minim 2 prospekan baru (2 nama baru dan bukan pertemuan kedua)
- c. Pada saat melakukan prospek diwajibkan agent membawa perlengkapan yang diperlukan serta mencatat data nasabah yang ditemui dengan jelas, dimana data tersebut nantinya digunakan untuk membuat produk yang sesuai dengan nasabah serta agent dapat memberikan manfaat-manfaat yang dibutuhkan nasabah
- d. Setelah melakukan pertemuan awal, diharapkan agent dapat melakukan pertemuan lagi dengan orang yang sama sebanyak minimal 3-4 kali, sehingga dapat mempererat antra nasabah dengan agent. Dan kepercayaan nasabah juga dapat semakin meningkat.

4.4.2 Pembuatan Proposal

Pentingnya pembuatan proposal yang harus dilakukan oleh tiap agent pada perusahaan asuransi, dimana proposal berperan sangat penting guna melakukan penjualan lebih terperinci kepada nasabah. Pengertian proposal dalam perusahaan ini adalah semacam ilustrasi yang berisikan pengenalan produk atau produk yang ditawarkan kepada nasabah sesuai dengan kebutuhannya. Ilustrasi dan segala penjelasan terperinci semua ada dalam proposal yang dibuat. Mulai dari data nasabah, nama, tanggal lahir serta produk yang dipilih dari penjelasan berbagai macam pilihan yang



diberikan oleh agent kepada nasabah. Berikut langkah-langkah yang harus dilakukan oleh seorang agent dalam pembuatan proposal :

- a. Pembuatan proposal yang dilakukan oleh agent bisa langsung pada saat pertemuan pertama dengan nasabah (jika agent membawa perlengkapan seperti : laptop atau ipad, dan sebagainya). Atau agent membuat janji pertemuan kedua kepada nasabah untuk memberikan proposal yang akan dibuatnya
- b. Pertemuan kedua dengan nasabah untuk memberikan proposal diharuskan tidak lebih dari 2 hari setelah pertemuan pertama, karena ditakutkan nasabah akan lupa dan agent membuang-buang waktu jika pertemuan dengan nasabah untuk kedua kalinya tidak terplaning atau semakin lama.

Pentingnya pembuatan proposal yang berpengaruh terhadap tingkat closing, mengharuskan agent untuk segera melakukan pembuatan proposal dan menyerahkan kepada nasabah.

4.4.3 Closing atau Pelayanan Purna Jual

Closing atau pelayanan purna jual adalah akhir dimana agent berhasil menjual produk yang ditawarkan kepada nasabah. Pada saat closing diwajibkan sekaligus agent menyelesaikan untuk pembayaran nasabah yang telah disetujui caranya dan ketentuannya. Langkah-langkah yang harus dilakukan agent pada saat closing adalah sebagai berikut :

- a. Pada saat closing adalah dimana agent dapat meyakinkan nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan dan nasabah setuju dengan segala



ketentuan yang berlaku, seperti : pengecualian-pengecualian untuk klaim rumah sakit atau penyakit-penyakit yang tidak di cover, masa pembayaran premi yang telah di setuju jumlahnya dan lama pembayarannya (jika menggunakan fasilitas rumah sakit minimal pembayaran 10 tahun), sistem klaim dan pencairan dana, dan sebagainya). Untuk nasabah yang closing di tempat agent diharuskan memberikan pilihan untuk pembayaran premi yang diinginkan nasabah, dengan pilihan pembayaran 1bulanan, 3bulanan, 6bulanan dan 1tahunan.

- b. Jika semua telah disepakati, seorang agent wajib memberikan form SPAJ (Surat Perjanjian Asuransi jiwa) untuk diisi nasabah dan ditandatangani. Dimana di dalam form tersaebut tertulis lengkap semua data nasabah beserta data keluarga.
- c. Untuk pembayaran saat ini diberlakukan di sequislife dengan sistem pembayaran transfer , autodebet dan tunai dimana nasabah yang harus datang sendiri ke kantor sequislife di kota masing-masing
- d. Setelah selesai melengkapi semua data-data nasabah, di akhir propsek, agent diwajibkan untuk meminta refrensi yang digunakan sebagai tambahan data nama dengan ketentuan minimal 5 nama baru atau 5 refrensi baru

Dengan kebijakan yang harus dilaksanakan agent tersebut, maka perusahaan juga memberlakukan kebijakan tambahan, yaitu dengan mencatat segala kegiatan masing-masing agent pada form *Twenty Point*



yang diberikan oleh perusahaan, dari form tersebut dapat terlihat segala kegiatan agent apakah sudah sesuai dengan kebijakan perusahaan atau belum.

Dimana Twenty point ini akan dikumpulkan dan direview tiap satu minggu sekali oleh agent kepada pimpinan masing-masing dan digunakan sebagai bahan evaluasi untuk perkembangan dan kemajuan agent. Kegiatan tersebut dinamakan *PRP (Performance Review Planning)*.

4.5 Pelaksanaan audit operasional atas kegiatan penjualan

Audit operasional pada PT AJ Sequislife dilakukan untuk dapat menilai sejauh mana kebijakan dan ketentuan perusahaan telah dilaksanakan oleh semua pihak yang terlibat dalam kegiatan penjualan.

Salah satu langkah yang digunakan untuk pelaksanaan audit atas kegiatan penjualan adalah dengan pengamatan prosedur penjualan dengan mencari data tertulis yang ada dalam perusahaan. Tujuan dilakukannya pencarian data tertulis yaitu untuk mendapatkan informasi apakah perusahaan telah menerapkan praktek manajemen secara konsisten atau tidak. Auditor operasional mencari data-data tertulis yang berhubungan dengan kegiatan penjualan, berupa dokumen-dokumen yaitu data tertulis yang dijadikan sebagai bahan analisa. Pada tahap ini audit hanya dapat melihat data-data tertulis yang berhubungan dengan penjualan, karena dari data tersebut sudah dapat terlihat jelas kegiatan keseharian para agent diluar kantor.

Berikut hasil dari penelitian yang dilakukan dengan melihat data-data tertulis yang ada dalam perusahaan :

Tabel 4.1
Tabel Hasil Penelitian Audit operasional

No	Indikator	Target		Sesuai atau tidak		Uraian
		jumlah	Realisasi	Y	N	
1.	Prospek : Kontak prospek minimal empat per hari Mendapat janji bertemu minimal dua per hari Melakukan wawancara penjualan minimal satu orang per hari	480 240 120	600 720 120	v v v		antara jumlah target dengan realisasi sudah sesuai dan lebih antara jumlah target dengan realisasi sudah terpenuhi antara jumlah target dengan realisasi sudah sama
2.	Pembuatan Proposal : Minimal dalam satu hari membuat janji untuk menyerahkan proposal Satu hari minimal mendapat satu refrensi	120 120	40 100		v v	antara jumlah target dengan realisasi tidak sesuai antara jumlah target dengan realisasi dianggap sesuai karena hampir mendekati
3.	Closing/Pelayanan purna Jual : Per hari minimal bisa melakukan closing atau pelayanan purna jual	120	20		v	antara jumlah target dengan realisasi berbeda jauh dan tidak sesuai

Sumber : Diolah penulis



Note :**Jumlah target minimal**

1. Prospek :

Kontak prospek minimal empat per hari

$4 \text{ point} \times 6 \text{ hari} = 24 \times 4 \text{ minggu} = 96 \times 5 \text{ agent} = 480 \text{ point/bln}$

Janji bertemu minimal dua per hari

$2 \text{ point} \times 6 \text{ hari} = 12 \times 4 \text{ minggu} = 48 \times 5 \text{ agent} = 240 \text{ point/bln}$

Wawancara penjualan minimal satu orang per hari

$1 \text{ point} \times 6 \text{ hari} = 6 \times 4 \text{ minggu} = 24 \times 5 \text{ agent} = 120 \text{ point/bln}$

2. Pembuatan proposal

Satu hari minimal membuat janji untuk menyerahkan proposal

$1 \text{ point} \times 6 \text{ hari} = 6 \times 4 \text{ minggu} = 24 \times 5 \text{ agent} = 120 \text{ point/bln}$

Satu hari minimal mendapat satu refrensi

$1 \text{ point} \times 6 \text{ hari} = 6 \times 4 \text{ minggu} = 24 \times 5 \text{ agent} = 120 \text{ point/bln}$

3. Closing atau pelayanan purna jual

Satu hari minimal closing satu nasabah

$1 \text{ point} \times 6 \text{ hari} = 6 \times 4 \text{ minggu} = 24 \times 5 \text{ agent} = 120 \text{ point/bln}$

Realisasi

1. Prospek :

Kontak prospek minimal empat per hari

$5 \text{ point} \times 6 \text{ hari} = 30 \times 4 \text{ minggu} = 120 \times 5 \text{ agent} = 600 \text{ point/bln}$

Janji bertemu minimal dua per hari





$6 \text{ point} \times 6 \text{ hari} = 36 \times 4 \text{ minggu} = 144 \times 5 \text{ agent} = 720 \text{ point/bln}$

Wawancara penjualan minimal satu orang per hari

$1 \text{ point} \times 6 \text{ hari} = 6 \times 4 \text{ minggu} = 24 \times 5 \text{ agent} = 120 \text{ point/bln}$

2. Pembuatan proposal

Satu hari minimal membuat janji untuk menyerahkan proposal

$2 \text{ point} \times 4 \text{ minggu} = 8 \times 5 \text{ agent} = 40 \text{ point/bln}$

Satu hari minimal mendapat satu refrensi

$5 \text{ point} \times 4 \text{ minggu} = 20 \times 5 \text{ agent} = 100 \text{ point/bln}$

3. Closing atau pelayanan purna jual

Satu hari minimal closing satu nasabah

$1 \text{ point} \times 4 \text{ minggu} = 4 \times 5 \text{ agent} = 120 \text{ point/bln}$

4.5.1 Pembahasan

Dikarenakan seorang agent harus bisa memenuhi target penjualan yang telah ditetapkan perusahaan, maka perusahaan memberikan beberapa ketentuan yang seharusnya dilaksanakan oleh agent, diantaranya adalah :

1. Prospek

Tiap hari selain prospek kegiatan rutin yang harus dilakukan agent adalah kontak prospek/refrensi atau menelpon data-data nama yang dimiliki. Dengan kontak prospek/refrensi, disitu awal seorang agent dapat membuat janji dengan nasabah. Semakin banyak menelpon maka semakin banyak pula kesempatan untuk membuat janji dan bertemu dengan nasabah. Dari tabel yang telah ada dapat terlihat antra target



yang ditetapkan perusahaan dengan yang terjadi sudah bisa terpenuhi dan sesuai.

Selain itu salah satu kebijakan yang dibuat oleh perusahaan adalah agent dalam 1 hari minimal harus bertemu dengan 2 orang baru untuk menjelaskan atau menceritakan tentang sequislife dan produknya. Jika semakin banyak bertemu dengan orang baru atau nasabah, maka kesempatan agent untuk closing semakin besar pula. Dan dapat dilihat dari tabel yang ada sudah sesuai antara jumlah target dengan realisasi yang ada.

Jika agent sudah bisa bertemu dengan nasabah minimal 1 hari 2 orang, maka wawancara penjualan yang diharuskan dilakukan oleh agent sudah bisa terpenuhi, antra jumlah target dengan realisasi yang terjadi sudah sesuai.

Prospek yang dilakukan oleh agent berpengaruh terhadap tingkat pembuatan proposal dan closing.

2. Pembuatan proposal

Dalam 1 hari agent belum tentu membuat janji untuk bertemu menyerahkan proposal, hal ini disebabkan terkadanang karena nasabah sibuk dan tidak bisa bertemu, kemudian agent menunda-nunda waktu untuk bertemu kembali. Seharusnya pembuatan proposal bisa langsung dilakukan pada saat janji temu awal dilakukan, dengan cara membawa laptop dan kelengkapan lainnya yang bia digunakan untuk pembuatan proposal, dengan begitu agent bisa langsung menunjukkan proposal



yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dan tidak menunda waktu. Dengan adanya kendala dan agent yang kurang memanfaatkan waktu untuk membuat janji bertemu kembali dengan nasabah, sehingga antra target penjualan dengan realisasi yang ada tidak sesuai dan masih diperlukan perbaikan-perbaikan lagi.

Hal terpenting yang harus dilakukan agent setelah melakukan wawancara penjualan adalah melakukan pembuatan proposal dan menyerahkan kepada nasabah, jika pembuatan proposal tidak segera dilakukan maka kesempatan agent untuk closing jual semakin kecil.

Selain itu agent juga diharuskan mendapat referensi. Referensi disini digunakan agent untuk penambahan data nama, dimana nantinya dapat berguna untuk proses penjualan selanjutnya. Dengan adanya referensi yang didapat, maka agent dapat memperluas penjualannya, dan tidak hanya terpaku pada orang yang sama atau orang-orang yang hanya dikenalnya saja. Tanpa referensi, agent jarang bisa memperluas penjualannya. Maka dari itu referensi sangat diperlukan oleh agent. Dan selama ini untuk mendapatkan referensi agent sudah bisa memenuhi minimal yang ditetapkan oleh perusahaan, bahkan terkadang lebih dari itu. Karena cara agent untuk mendapatkan referensi baru ternyata tidak hanya minta pada prospekan yang ditemui, tapi berbagai macam cara yang dimiliki oleh tiap-tiap agent. Meskipun dilihat dari jumlah target dan realisasi masih belum terpenuhi tapi paling tidak sudah bisa mendekati dan itu sudah bisa dikatakan sesuai.

3. Closing/Pelayanan Purna jual

Closing atau pelayanan purna jual adalah salah satu yang selalu diharapkan untuk terjadi pada tiap-tiap nasabah yang ditemui oleh agent. Salah satu yang membuat agent sulit untuk closing adalah agent kurang bisa meyakinkan nasabah bahwa produk yang akan dibeli nantinya sangat penting untuk nasabah, dan yang menjadi salah satu kegagalan agent adalah karena terkadang agent melupakan untuk melakukan followup kembali kepada nasabah yang telah ditemui untuk membuat janji bertemu, akibatnya apa yang sudah dilakukan agent akan menjadi sia-sia dan tidak ada artinya.

Yang seharusnya dilakukan agent adalah lebih serius dalam menyusun jadwal dan segera membuat janji kepada nasabah, tidak boleh menyepelkan atau menggampangkan, tetapi harus benar-benar serius sehingga apa yang dijalankan tidak sia-sia dan akan membuahkan hasil. Dari jumlah target dan realisasi yang terjadi masih berbeda jauh, agent harus lebih kerja keras agar tingkat closing bisa ditingkatkan.

Sulitnya closing yang dilakukan oleh agent dipengaruhi dari tingkat pembuatan proposal yang sedikit. Dengan bertambahnya pembuatan proposal dan agent melakukan temu janji dengan nasabah untuk menjelaskan proposal, maka tingkat closing agent akan bertambah. Dengan demikian agent akan semakin mudah melakukan closing.

Dari data yang sudah diteliti, terlihat jelas bahwa sangat kurang untuk tingkat closing tiap-tiap agent. Kebijakan yang sudah diberikan





perusahaan harus lebih diperhatiakn oleh agent, agar dapat terlaksana dengan baik.

Sulitnya seorang agent untuk melakukan closing, berakibat pada perusahaan yang semakin berkurang untuk bilai jualnya. Karen dengan semakin berkembangnya produk jasa asuransi yang dihasilkan oleh Sequislife, seharusnya dapat pula meningkatkan volume penjualan perusahaan.