

ABSTRAK

Devy Widya (22180049), Strategi *Personal Selling* Dalam Melakukan Pemasaran Pada PT Hanwha Life Insurance SO Bogor

Personal selling merupakan suatu proses strategi dalam melakukan kegiatan pemasaran. *Personal selling* sangat berpengaruh di dalam melakukan pemasaran, karena dengan adanya *personal selling* proses pemasaran produk menjadi lebih mudah. Sehingga dapat mengembangkan minat pembeli dalam suatu pemasaran produk dengan menggunakan sistem *personal selling*. PT Hanwha Life Insurance merupakan perusahaan asuransi yang menyediakan berbagai jenis asuransi seperti asuransi pendidikan, asuransi jiwa dan kematian, asuransi kendaraan, asuransi investasi, dan masih banyak lainnya. Pada umumnya, perusahaan asuransi yang sukses memiliki strategi pemasaran *personal selling* yang baik karena *personal selling* merupakan aset yang paling penting. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi, dampak pelaksanaan dan kendala *personal selling* yang diterapkan di PT Hanwha Life Insurance SO Bogor. Sampel penelitian ini adalah bagian *marketing* dan *sales* di PT Hanwha Life Insurance periode Januari 2021 sampai Maret 2021. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Dan metode analisis data yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi *personal selling* yang dilakukan oleh PT Hanwha Life Insurance SO Bogor, yaitu prospekting, pra pendekatan, pendekatan, mengatasi keberatan, menutup penjualan dan tindak lanjut. PT Hanwha Life Insurance yang bergerak pada bidang asuransi ini menerapkan sistem *personal selling* ini karena sangat membantu dalam suatu pemasaran produk dengan memperkenalkan dan mempromosikan suatu produk dengan mudah dan cepat.

Kata Kunci: Strategi *Personal Selling*, Pemasaran

ABSTRACT

Devy Widya (22180049), *Personal Selling Strategy in Marketing at PT Hanwha Life Insurance SO Bogor*

Personal selling is a strategic process in conducting marketing activities. Personal selling is very influential in marketing, because with personal selling the product marketing process becomes easier. So that it can develop buyer interest in a product marketing using a personal selling system. PT Hanwha Life Insurance is an insurance company that provides various types of insurance such as education insurance, life and death insurance, vehicle insurance, investment insurance, and many others. In general, successful insurance companies have a good personal selling marketing strategy because personal selling is the most important asset. For this reason, this study aims to determine the strategy, implementation impact and personal selling constraints applied at PT Hanwha Life Insurance SO Bogor. The sample of this research is the marketing and sales department at PT Hanwha Life Insurance for the period January 2021 to March 2021. The data collection methods used are observation, interviews and documentation methods. And the data analysis method used is a qualitative research method. The results of this study can be said that the personal selling strategy carried out by PT Hanwha Life Insurance SO Bogor, namely posing, approach, approach, overcome, close the sale and follow-up. PT Hanwha Life Insurance, which operates in the insurance sector, applies this personal selling system because it is very helpful in product marketing by introducing and promoting a product easily and quickly.

Keywords :*Personal Selling Strategy, Marketing*