

ABSTRAK

MIRZA QURRUH MIAH. 2022. Analisis Sistem *Cycle Selling Skill* dalam Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi Syariah. Skripsi, Jurusan Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing: H. Abdul Gafur, Lc., MA

Kata Kunci: *Cycle selling skill*, penjualan, Produk asuransi syariah

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju dan jumlah penduduk yang semakin banyak, dalam beberapa tahun terakhir banyak perusahaan asuransi konvensional menawarkan produk asuransi mereka yang terbaru yaitu asuransi syariah, asuransi syariah di Indonesia pada saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim. Oleh karenanya peran tenaga penjual atau agen asuransi sangat menentukan kesuksesan sebuah penjualan ditandai dengan kemampuan tenaga penjual untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan dan rekan kerja. Produk asuransi telah banyak digunakan untuk proteksi masa depan yang tidak dapat diprediksi muibah yang akan terjadi dan produknya sangat beragam mulai dari asuransi pendidikan, asuransi kesehatan, asuransi kecelakaan, asuransi kebakaran, asuransi mobil dll.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data yang diperlukan mengenai siklus penjualan. Penelitian ini menggunakan penelitian pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata secara langsung dan lebih menekankan proses daripada hasil. Subjek dalam penelitian ini yaitu agen asuransi dan objek dalam penelitian ini yaitu Analisis Sistem *Cycle Selling Skill* dalam Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi Syariah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan teknik studi dokumen yang akan di analisis dalam penyajian data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem selling skill yang digunakan masih efektif dan menggunakan tahap perencanaan, prospek, pendekatan, pencarian fakta, keberatan, presentasi, penutup dan pelayanan setelah penjualan. Sedangkan kendala yang dihadapi yaitu kendala dalam melakukan perencanaan, prospek dan pencarian fakta.