

ABSTRAK

PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) merupakan perusahaan penyedia jasa yang melakukan pemasaran dengan menggunakan salah satu promosi yaitu *personal selling*. Penerapan *personal selling* ini akan sesuai dengan volume penjualan yang didapat nantinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami penerapan proses *personal selling* dan volume penjualan dari PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) kantor wilayah Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi perusahaan serta triangulasi. Analisis dilakukan dengan mencari informasi dari informan dengan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi perusahaan. Kemudian data yang diperoleh dianalisis keabsahannya menggunakan triangulasi teknik pengumpulan data dengan membandingkan jawaban dari informan, menggabungkan jawaban dan mengambil kesimpulan dari jawaban para informan tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, penerapan proses *personal selling* ada 7 langkah yaitu *prospecting and qualifying, pre-approach, approach, presentation and demonstration, handling objection, closing, dan follow up*. Volume penjualan di PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) kantor wilayah Bandung pada tahun 2013 didapat total premi sebesar Rp.105.831.797.183, tahun 2014 sebesar Rp.126.944.175.746, tahun 2015 sebesar Rp.119.167.765.340, dan pada tahun 2016 sebesar Rp.117.896.149.912. Kesimpulan yang didapat adalah PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) kantor wilayah Bandung melakukan setiap proses *personal selling* namun masih perlu ada yang ditingkatkan lagi yaitu pada tahap *follow up*, dan volume penjualan yang dicapai belum mencapai dari target yang ditentukan. Volume penjualan yang didapat sesuai dengan penerapan *personal selling* yang dilakukan.

Kata Kunci : Proses *personal selling*, volume penjualan.