

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil peneliiian yang telah dilakukan serta pada pembahasan bab IV mengenai metode perancangan proses rekrutmen berbasis *talenta* pada marketing atau Bancassurance Spesialist BNI *Life Insurance* Bandung, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan dan memberi beberapa saran sebagai masukan bagi perusahaan.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan melalui kuisioner yang disebarkan dalam metode perancangan proses rekrutmen pada Bancassurance Spesialist maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam melakukan analisis terhadap proses rekrutmen yang telah berjalan di BNI *Life Insurance* penulis dapat menarik kesimpulan bahwa peoses yang dilakukan cukup benar dan sesuai seperti proses penerimaan karyawan pada umumnya, namun belum terdapat metode tambahan dalam proses rekrutmen yang berbasis *talenta*. Hal ini diperlukan untuk lebih mematangkan para calon marketing yang akan diterima. Maka dari itu, selain proses seleksi administrasi, psikotes, *interview* dan *training*, akan ditambah metode rekrutmen berbasis *talenta* untuk proses rekrutmen para Bancassurance Spesialist dengan mencocokkan kebutuhan *talenta* dengan kebutuhan seorang marketing asuransi.

2. Hasil identifikasi bakat-bakat dipilih untuk dijadikan kuisioner pada 30 responden adalah 14 kebutuhan bakat dari 34 bakat menurut *Gallup Organization*. Kebutuhan *talenta* tersebut diantaranya lain adalah:

- *Achiever*

Bakat ini dibutuhkan seorang BAS karena memiliki target bulanan yang menjadi alasan mereka harus selalu merasa tidak puas dengan yang didapatkan sampai mereka konsisten mencapai target yang ditentukan perusahaan

- *Belief*

Bakat ini dibutuhkan seorang marketing asuransi yang berhubungan dengan sifat tulus dalam melayani para nasabahnya, seorang BAS harus selalu memiliki mental positif dalam bekerja

- *Discipline*

Selain target yang diberikan oleh perusahaan seorang BAS juga harus memiliki sikap disiplin dalam manajemen administrasi pekerjaan dan laporan harian.

- *Consistency*

Seorang BAS harus bekerja seimbang dan konsisten karena mereka dituntut untuk selalu menciptakan ritme kerja yang konsisten atau tidak moody

- *Strategic*

Seorang BAS harus dapat menciptakan berbagai ide dan alternatif untuk suatu masalah, dapat menstabilkan suasana kekacauan dengan strategi-strategi brilian.

- *Learner*

Bakat ini dibutuhkan bagi mereka agar memiliki rasa senang untuk mempelajari hal yang baru dan mereka dituntut harus cepat belajar dan tanggap dengan hal-hal baru.

- *Activator*

Seorang marketing membutuhkan bakat ini untuk selalu mampu mengubah pikiran menjadi sebuah tindakan. menjadi penggagas atau menjadi motor penggerak di cabang tempat mereka bekerja.

- *Competition*

Seorang BAS harus memiliki sifat selalu ingin menjadi pemenang diantara rekan rekan satu area untuk pencapaian target. Mereka tidak mudah untuk merasa puas dan selalu ingin berhasil diantara yang lain.

- *Self assurance*

Bakat ini dibutuhkan agar mereka mempercayai kemampuan diri untuk mengatur hidupnya, percaya pada kemampuan diri sendiri dalam mencapai target yang ditentukan dan waktu yang telah ditentukan.

- *Communication*

Seorang marketing asuransi harus pandai berkomunikasi dan komunikasi merupakan keharusan baik pada sistem *down top* maupun *top down*

- *Woo*

Jika memiliki bakat ini seorang BAS diberikan tantangan dan target seperti apapun akan merasa siap dan akan melakukan demi mencapai sebuah tujuan tanpa menghiraukan siapa dan seperti apa atasan mereka atau nasabah mereka.

- *Relator*

Seorang BAS atau marketing asuransi harus mampu membina hubungan yang akrab dengan para nasabah maupun orang sekitarnya.

- *Adaptability*

Bakat ini dibutuhkan karena seorang BAS harus dapat menyesuaikan dirinya dalam setiap perubahan-perubahan yang sudah direncanakan, mereka cepat beradaptasi dengan lingkungan, kondisi dan orang – orang baru.

- *Emphaty*

Emphaty adalah tema bakat dimana seseorang dapat merasakan perasaan orang lain, bakat ini dibutuhkan agar seorang Bancassurance Specialist mampu merasakan emosi nasabah

sehingga bisa memberikan solusi mengenai produk terbaik sesuai dengan kebutuhan para nasabah.

3. Hasil pembagian kuisisioner yang dibagikan kepada 30 responden yaitu BAS yang memiliki kriteria unggul di berbagai cabang di wilayah bandung. Dari ke 14 bakat yang penulis ambil sebagai sampel dari 34 bakat menurut Gallup organization terpilih 7 bakat yang dominan dimiliki oleh para marketing dengan kriteria unggul pada BNI *Life Insurance Talent* dominan yang muncul dari setiap responden dengan kriteria kinerja unggul yaitu : *Achiever, discipline, learner, competition, communication, WOO, dan relator.*
4. Usulan perancangan metode rekrutmen berbasis *talenta* yang akan diberikan pada proses rekrutmen di BNI *Life Insurance* selanjutnya adalah hasil kuisisioner tersebut yang kemudian dijadikan kuisisioner yang memuat beberapa pertanyaan mengenai 7 *talenta* yang dominan dimiliki oleh seorang marketing superior sebagai kuisisioner dalam tahapan rekrutmen bagi calon BAS pada BNI *Life Insurance*. Dari hasil jawaban kuisisioner yang diberikan akan menggambarkan kepribadian para calon BAS di BNI *Life Insurance* dengan ketetapan standar nilai sebesar 80 % dari hasil jawaban kuisisioner berdasarkan 7 *talenta* tersebut.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini, ditunjukkan untuk keperluan perusahaan dalam pengembangan penelitian, sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk pengembangan untuk mendukung kemajuan perusahaan yang menjadi objek penelitian. Beberapa hal yang dapat dilakukan untuk menyempurnakan penelitian lebih lanjut bagi perusahaan adalah:

1. Bisa dijadikan acuan gambaran untuk pengembangan metode rekrutmen bagi perusahaan dengan menggunakan 7 *talenta* yang merupakan hasil dari pengambilan sampel 14 *talenta* dari 34 *talenta* menurut *Gallup Organization* yang dapat diterapkan langsung dalam proses rekrutmen marketing asuransi pada *BNI Life Insurance*.
2. Dengan mengetahui bakat yang diperlukan atau yang dimunculkan oleh marketing dengan kriteria unggul, maka perusahaan dapat menyeleksi kembali dengan baik para calon marketing yang melamar sehingga akan menciptakan peningkatan kinerja perusahaan
3. Untuk pembelajaran bagi para karyawan yang telah ada khususnya pada divisi marketing di *BNI Life Insurance*.