

**STRATEGI *PERSONAL SELLING* DALAM MEMBANGUN
KEPERCAYAAN NASABAH BARU ASURANSI KESEHATAN PADA
AGEN PT.FWD *INSURANCE***

(studi kasus pada Agen PT. FWD *Insurance* Surabaya)

SKRIPSI



Oleh :

SRI ASTINI

20221221007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2026

**STRATEGI PERSONAL SELLING DALAM MEMBANGUN
KEPERCAYAAN NASABAH BARU ASURANSI KESEHATAN PADA
AGEN PT. FWD INSURANCE**

(studi kasus pada Agen PT. FWD Insurance Surabaya)

**Diajukan guna memenuhi
salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar**

Sarjana Manajemen



Oleh :

SRI ASTINI

NIM : 20221221007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2026

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sri Astini

NIM : 20221221007

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi : Strategi *Personal Selling* dalam membangun Kepercayaan Nasabah Baru Asuransi Kesehatan Pada Agen PT. FWD *INSURANCE* (studi kasus pada Agen PT. FWD *Insurance* Surabaya)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik Sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 26 Juni 2026

Yang membuat pernyataan



PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**STRATEGI *PERSONAL SELLING* DALAM MEMBANGUN
KEPERCAYAAN NASABAH BARU ASURANSI KESEHATAN PADA
AGEN PT.FWD *INSURANCE***

(studi kasus pada Agen PT. FWD *Insurance* Surabaya)

Diajukan Oleh:

Sri Astini

NIM 20221221007

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh:

Dosen Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

1. Ali Imaduddin Futuwah, S.Sos., M.SM., CMA



17/6

2. Marista Oktaviani, S.E., M.M., AFA



7/9 2026

Mengetahui :

Dekan

Kepala Program Studi

Dr. Mochamad Mochlis, S.Si., M.M

Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., M.M.

**PENGESAHAN PANITIA PENGUJI
STRATEGI *PERSONAL SELLING* DALAM MEMBANGUN
KEPERCAYAAN NASABAH BARU ASURANSI KESEHATAN PADA
AGEN PT.FWD *INSURANCE***

(studi kasus pada Agen PT. FWD *Insurance* Surabaya)

Nama : Sri Astini

NIM : 20221221007

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari/Tanggal : Jumat / 26 Juni 2026

Pukul : 08.30 WIB sampai dengan 10.00 WIB

Komisi Penguji terdiri dari

Komisi Penguji

Dr. Muhammad Arang Firmansyah, M.M.,

Anggota I

Anggota II

Ali Imaduddin Futuwah, S.Sos., M.SM., CMA

Marista Oktaviani, S.E., M.M., AFA

Mengetahui,

Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., M.M

Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., M.M.

**STRATEGI *PERSONAL SELLING* DALAM MEMBANGUN
KEPERCAYAAN NASABAH BARU ASURANSI KESEHATAN
(Studi pada Agen PT FWD Insurance Cabang Surabaya)**

Sri Astini

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surabaya

e-mail: sri.astini-2022@fe.um-surabaya.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi *personal selling* oleh agen PT FWD Insurance Cabang Surabaya dalam membangun kepercayaan nasabah baru terhadap asuransi kesehatan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Lokasi penelitian berada di PT FWD Insurance Cabang Surabaya dengan informan sebanyak 12 orang yang terdiri atas 5 agen asuransi, 5 nasabah baru, 1 supervisor, dan 1 customer service. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi pasif, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta diuji keabsahannya melalui triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan tujuh tahap *personal selling*, yaitu *Prospecting*, *Pre-Approach*, *Approach*, *Presentation*, *Handling Objection*, *Closing*, dan *Follow-up*, telah dilaksanakan dengan pendekatan yang jujur, empatik, dan transparan sehingga mampu membangun kepercayaan nasabah baru. Penelitian ini juga menemukan tiga temuan utama, yaitu pendekatan *sharing* (bukan sekadar menjual) yang mampu mengurangi resistensi calon nasabah, faktor *lack of familiarity* sebagai penghambat terbentuknya kepercayaan awal, serta efektivitas *story telling* mengenai pengalaman klaim nasabah dalam mengatasi keberatan calon nasabah. Meskipun demikian, masih ditemukan kelemahan pada tahap *Pre-Approach* yang belum terstandarisasi serta masih terdapat agen baru yang belum sepenuhnya transparan dalam menjelaskan risiko dan pengecualian polis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi *personal selling* yang diterapkan secara konsisten berperan penting dalam membangun kepercayaan nasabah baru dan mendukung pertumbuhan bisnis, yang ditunjukkan dengan kenaikan pendapatan premi perusahaan sebesar 33,4% pada tahun 2026.

Kata Kunci: *personal selling*, Kepercayaan Nasabah, Asuransi Kesehatan, Agen Asuransi, PT FWD Insurance

Personal Selling Strategy in Building Trust with New Health Insurance Customers: A Study on Agents of PT FWD Insurance Surabaya Branch

Sri Astini

Management Study Program, Faculty of Economics and Business

Muhammadiyah University of Surabaya

e-mail: sri.astini-2022@fe.um-surabaya.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of personal selling strategies by agents of the PT FWD Insurance Surabaya Branch to build new customers' trust in health insurance. This research uses a descriptive qualitative method with a case study Approach. The research was conducted at the PT FWD Insurance Surabaya Branch, with 12 informants: 5 insurance agents, 5 new customers, 1 supervisor, and 1 customer service representative. Data collection techniques included in-depth interviews, passive observation, and documentation. Data analysis used the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data Presentation, and conclusion drawing, and its validity was tested through source triangulation. The research results show that the implementation of the seven stages of personal selling, namely Prospecting, Pre-Approach, Approach, Presentation, Handling Objections, Closing, and Follow-up, has been carried out with an honest, empathetic, and transparent Approach, thereby able to build trust with new customers. This study also identified three main findings: the sharing Approach (not just selling) can reduce potential customers' resistance; the lack of familiarity as an obstacle to building initial trust; and the effectiveness of storytelling about customer claims experiences in overcoming potential customers' objections. However, weaknesses persisted in the Pre-Approach stage, which has not yet been standardized, and new agents remain opaque in explaining policy risks and exclusions. Research findings indicate that consistently applied personal selling strategies play a crucial role in building trust with new customers and supporting business growth, as evidenced by a 33.4% increase in the company's premium income in 2026.

Keywords: *personal selling, Customer Trust, Health Insurance, Insurance Agent, PT FWD Insurance*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi *Personal Selling* Dalam Membangun Kepercayaan Nasabah Baru Asuransi Kesehatan Pada Agen Pt.Fwd Insurance”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mundakir, S.Kep., Ns., M.Kep., FISQua. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
3. Dr. Dwi Songgo Panggayudi, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan arahan dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Ali Imaduddin Futuwah, S.Sos., M.SM., CMA selaku Dosen Pembimbing I yang dengan penuh kesabaran telah memberikan arahan, masukan, motivasi, serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Marista Oktaviani, S.E., M.M., AFA selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, kritik, serta bimbingan yang sangat berarti dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. Dr. Muhammad Anang Firmansyah, M.M selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan, saran, dan kritik yang membangun demi penyempurnaan penelitian ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta motivasi selama penulis menempuh pendidikan.
8. Bapak Subari dan Ibu Sartini selaku orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta semangat yang tiada henti kepada penulis dalam setiap proses kehidupan dan pendidikan.
9. Bapak Moch Fusiry Istighfar selaku suami tercinta yang selalu memberikan dukungan moril maupun materi, serta dengan penuh kesabaran memberikan waktu dan kesempatan kepada penulis untuk terus berjuang menyelesaikan pendidikan dan meraih cita-cita.
10. Kayla, Abizar, Sekar, Ketiga putra dan putri saya tercinta yang selalu memberikan doa, semangat, pengertian, serta kebahagiaan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat “Rahasia Sukses Dibalik 501” yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, serta saling membantu selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi.
12. Untuk Maya, Thalita, Tika, Rahayu, Nakhla, Suci para sahabat kocak yang

selalu menyemangati dalam penyusunan skripsi.

13. Keluarga besar PT. FWD Insurance Surabaya yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta kesempatan kepada penulis selama proses penelitian sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi tambahan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran dan asuransi.

Surabaya, 06 Mei 2026

Penulis,

(Sri Astini)

DAFTAR ISI

	Hal
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	i
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	20
A. Landasan Teori.....	20
1. Manajemen Pemasaran Jasa dalam Konteks Asuransi Kesehatan....	20
2. Karakteristik Jasa dan Implikasinya pada Asuransi Kesehatan	21
3. Tantangan Pemasaran Asuransi Kesehatan	21
4. Peran Agen dalam Pemasaran Jasa Asuransi.....	22
5. <i>Personal Selling</i> dalam Industri Asuransi Kesehatan	24
6. Evaluasi Strategi <i>Personal Selling</i> (Perspektif Kualitatif)	28
7. Kepercayaan Nasabah (Customer Trust)	30
B. Penelitian terdahulu	33
C. Kerangka Berpikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	41

B. Kehadiran Peneliti.....	43
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	45
1. Subjek Penelitian	45
2. Lokasi Penelitian	45
3. Waktu Penelitian	45
D. Sumber Data.....	45
E. Teknik Pengumpulan dan Analisis Data.....	49
1. Teknik Pengumpulan Data	49
2. Teknik Analisis Data	53
F. Keabsahan Data	56
1. Uji Kredibilitas (<i>Credibility</i>)	56
2. Uji Transferabilitas (<i>Transferability</i>)	57
3. Uji Dependabilitas (<i>Dependability</i>).....	57
4. Uji Konfirmabilitas (<i>Confirmability</i>)	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	58
1. Sejarah Berdirinya PT. FWD <i>Insurance</i> Indonesia (Cabang Surabaya).....	58
2. Visi dan Misi Perusahaan	59
a. Visi	59
b. Misi	59
3. Struktur Organisasi PT. FWD <i>Insurance</i> Surabaya.....	60
4. <i>Customer service</i> (Layanan Nasabah)	62
B. Produk Asuransi PT. FWD <i>Insurance</i> Indonesia	63
1. Asuransi Jiwa.....	63
2. Asuransi Kesehatan.....	63
3. Asuransi Penyakit Kritis	64
4. Asuransi Berbasis Investasi (Unit Link).....	64
5. Asuransi Syariah	64
6. Jumlah Agen dan Sistem Keagenan.....	65
7. Keterkaitan dengan Penelitian	66

8. Profil Informan Penelitian	67
C. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	69
D.Pembahasan	96
BAB V PENUTUP.....	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	118

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Hal
Tabel 3. 1 Data Informan Internal PT. FWD Insurance Surabaya.....	48
Tabel 3. 2 Data Informan Eksternal PT. FWD Insurance Surabaya.....	48
Tabel 3. 3 Coding Transkrip Wawancara	49
Tabel 3. 4 Pedoman Wawancara Agen (Informan Utama)	118
Tabel 3. 5 Pedoman Wawancara Nasabah Baru.....	120
Tabel 3. 6 Pedoman Wawancara SPV / LEADER.....	122
Tabel 3. 7 Pedoman Wawancara Admin / CS.....	125
Tabel 4. 1 Informan Internal	67
Tabel 4. 2 Informan Eksternal (Nasabah Baru)	68
Tabel 4. 3 Ringkasan Jumlah Informan	71
Tabel 4. 4 Pendapatan Premi PT FWD Insurance Periode Januari – April 2026	95

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Hal
Gambar 1. 1 Laporan Penjualan (Premi).....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	36

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Hal
Lampiran 1 Dokumentasi.....	142
Lampiran 2 Surat Penunjukkan Dospem Skripsi	144
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian	145
Lampiran 4 Surat Balasan Izin Penelitian.....	146
Lampiran 5 Kartu Bimbingan Skripsi.....	147
Lampiran 6 Surat Keterangan Bukti Plagiasi.....	148
Lampiran 7 Endorsement Letter	149
Lampiran 8 Lembar Perbaikan Skripsi	150