

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan penelitian yang bertujuan memahami fenomena sosial secara mendalam melalui perspektif subjek yang terlibat langsung dalam fenomena tersebut. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak bertujuan mengukur hubungan antar variabel, melainkan menggali makna, proses, dan pengalaman yang dialami oleh agen asuransi dalam menjalankan serta mengevaluasi strategi *Personal Selling*.

Wulandari (2024) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan memahami fenomena sosial secara mendalam dengan menekankan pada makna, proses, serta pengalaman yang dialami oleh subjek penelitian.

2. Jenis penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini, maka jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam bagaimana strategi *personal selling* yang dilakukan oleh agen PT FWD Insurance Indonesia dalam membangun kepercayaan nasabah baru terhadap asuransi kesehatan.

Metode deskriptif kualitatif digunakan karena penelitian ini berfokus pada agen dan nasabah. Dalam hal ini, peneliti berupaya mengevaluasi

bagaimana strategi *Personal Selling* dijalankan, serta bagaimana proses tersebut membentuk kepercayaan nasabah secara nyata di lapangan.

Penelitian kualitatif menekankan pada pengumpulan data secara alamiah dengan menggunakan teknik triangulasi, yaitu melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara mendalam untuk menemukan makna dari fenomena yang diteliti, sehingga hasil penelitian lebih menekankan pada pemahaman kontekstual dibandingkan generalisasi.

Muhtadi dan Dewi (2025), menjelaskan penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dengan menekankan pada makna, proses, serta konteks yang dialami oleh subjek penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali realitas sosial secara lebih komprehensif melalui interaksi langsung dengan informan. Sejalan dengan itu, penelitian kualitatif juga berfokus pada upaya memahami pengalaman subjektif individu serta kompleksitas fenomena sosial yang terjadi di lapangan, sehingga data yang dihasilkan bersifat deskriptif dan dianalisis secara mendalam, bukan untuk tujuan generalisasi (Appisi Journal, 2025). Selain itu, penelitian kualitatif menekankan pada pengumpulan data secara alamiah melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta dianalisis secara induktif untuk memperoleh pemahaman yang utuh terhadap fenomena yang diteliti (Putra, 2025). Dengan demikian, pendekatan kualitatif dianggap tepat digunakan dalam penelitian ini karena mampu menggali secara mendalam proses *Personal Selling* serta bagaimana interaksi antara agen dan nasabah membentuk kepercayaan dalam konteks

pemasaran asuransi.

B. Kehadiran Peneliti

Sugiyono (2018), menjelaskan dalam pendekatan kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen manusia (*human instrument*) yang bertugas menentukan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, mengumpulkan data, menilai kualitas data, menganalisis, menginterpretasikan, serta menarik kesimpulan. Sejalan dengan itu, penelitian kualitatif menempatkan peneliti sebagai pihak yang terlibat langsung dalam memahami fenomena sosial secara mendalam melalui interaksi dengan informan dan konteks penelitian .

Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang bersifat deskriptif dan kontekstual, sehingga mampu menggambarkan realitas sosial secara lebih komprehensif. Dalam penelitian ini, seluruh proses pengumpulan data dilakukan oleh peneliti sendiri yang berperan sebagai instrumen utama, baik melalui wawancara mendalam, observasi langsung, maupun dokumentasi. Oleh karena itu, kehadiran peneliti di lapangan menjadi hal yang penting untuk memperoleh data yang sesuai dengan kondisi nyata.

Penelitian ini mengharuskan peneliti hadir secara langsung di PT FWD Insurance Indonesia Cabang Surabaya. Peneliti melakukan interaksi langsung dengan informan untuk menggali informasi terkait proses *Personal Selling* serta pembentukan kepercayaan nasabah. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi terhadap interaksi antara agen dan nasabah, serta mengumpulkan dokumen yang berkaitan dengan proses pelayanan asuransi.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Manager/spv pt fwd *Insurance* indonesia cabang surabaya

Peneliti melakukan wawancara terkait strategi *Personal Selling*, standar pelayanan, serta evaluasi kinerja agen dalam membangun kepercayaan nasabah.

2. Agen asuransi

Agen menjadi informan utama untuk memahami secara langsung proses *personal selling*, mulai dari pendekatan awal hingga tindak lanjut (*follow-up*) kepada nasabah.

3. Nasabah Baru

Nasabah baru dipilih untuk menggali pengalaman dan persepsi terhadap pelayanan agen, serta faktor-faktor yang memengaruhi terbentuknya kepercayaan.

4. Admin / CS

Admin / C S menjadi informan pendukung dalam memahami proses administrasi, seperti pengisian SPAJ dan alur pelayanan setelah terjadinya pembelian.

Dengan demikian, kehadiran peneliti dalam penelitian ini tidak hanya sebagai pengumpul data, tetapi juga sebagai pengamat dan penganalisis yang terlibat langsung dalam memahami proses *personal selling* dan pembentukan kepercayaan nasabah secara mendalam dan kontekstual.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian terdiri dari:

- a. Agen asuransi PT FWD *Insurance* Cabang Surabaya
- b. Nasabah baru
- c. Manager/SPV
- d. Admin / CS

Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di PT FWD *Insurance* Indonesia Cabang Surabaya, yang memiliki aktivitas *personal selling* yang intensif dan relevan dengan fokus penelitian.

3. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada periode Desember 2025 – Mei 2026 hingga mencapai kejenuhan data (*data saturation*)

D. Sumber Data

Sumber data merupakan bagian penting dalam penelitian kualitatif karena menjadi dasar dalam memperoleh informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Penelitian kualitatif menggunakan sumber data yang berasal dari kondisi nyata di lapangan sehingga peneliti dapat memahami fenomena secara mendalam berdasarkan pengalaman, pandangan, dan interaksi para informan.

Wulandari (2024) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan memahami fenomena sosial secara mendalam dengan menekankan pada makna, proses, serta pengalaman yang dialami oleh subjek penelitian.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara mendalam, observasi, serta interaksi peneliti dengan informan yang berkaitan dengan strategi evaluasi *personal selling* agen PT. FWD Insurance dalam membangun kepercayaan nasabah baru terhadap asuransi kesehatan. Sumber data sekunder diperoleh melalui dokumen perusahaan, website resmi PT. FWD Insurance Indonesia, arsip perusahaan, dokumentasi penelitian, serta data pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian.

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* digunakan karena peneliti memilih informan yang dianggap memahami secara langsung proses *personal selling* dan pembentukan kepercayaan nasabah di PT. FWD Insurance Surabaya.

Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu memilih informan yang dianggap paling memahami proses *personal selling* dan pembentukan kepercayaan nasabah pada PT. FWD Insurance Surabaya. Informan dipilih berdasarkan keterkaitan langsung dengan aktivitas pemasaran, pelayanan, dan pengalaman sebagai nasabah asuransi kesehatan.

1. Kriteria *Supervisor / Leader* PT. FWD Insurance Surabaya

Kriteria informan supervisor atau leader dalam penelitian ini meliputi:

- a. Memiliki jabatan sebagai *supervisor*, *leader*, atau *agency manager* pada PT. FWD Insurance Surabaya.
 - b. Memahami strategi *personal selling* yang diterapkan oleh agen.
 - c. Memiliki pengalaman dalam melakukan pembinaan dan evaluasi kinerja agen.
 - d. Mengetahui proses pelayanan dan hubungan agen dengan nasabah.
 - e. Bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti.
2. Kriteria Agen Asuransi (*Financial Consultant*), Kriteria informan agen asuransi dalam penelitian ini meliputi:
- a. Berstatus aktif sebagai agen PT. FWD Insurance Surabaya.
 - b. Pernah menjual asuransi kesehatan
 - c. Bersedia diwawancarai dan memberikan informasi secara terbuka.
3. Kriteria Customer Service
- Kriteria informan *customer service* dalam penelitian ini meliputi:
- a. Berstatus sebagai *customer service* PT. FWD Insurance Surabaya.
 - b. Memiliki interaksi langsung dengan nasabah terkait pelayanan asuransi.
 - c. Memahami kebutuhan dan keluhan nasabah.
 - d. Mengetahui proses pelayanan informasi dan bantuan kepada nasabah.
 - e. Bersedia menjadi informan penelitian.
4. Kriteria Nasabah Baru
- Kriteria informan nasabah baru dalam penelitian ini meliputi:
- a. Merupakan nasabah baru PT. FWD Insurance Surabaya yang sudah membeli polis < 6 bulan.

- b. Memiliki pengalaman langsung terkait proses pelayanan dan komunikasi agen.
- c. Bersedia memberikan informasi terkait pengalaman dan pandangannya selama menjadi nasabah baru.

Pemilihan informan tersebut bertujuan agar data yang diperoleh dapat menggambarkan proses *personal selling* secara menyeluruh dari berbagai sudut pandang, baik dari pihak internal perusahaan maupun dari nasabah sebagai penerima layanan.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari pihak internal perusahaan dan nasabah baru PT. FWD Insurance Surabaya.

Tabel 3. 1 Data Informan Internal PT. FWD Insurance Surabaya

No	Nama/Inisial	Jabatan	Keterangan
1	WA	<i>Agency Supervisor / Leader</i>	Informan I
2	DR	<i>Agen Asuransi / Financial Consultant</i>	Informan II
3	AS	<i>Agen Asuransi / Financial Consultant</i>	Informan III
4	RW	<i>Agen Asuransi / Financial Consultant</i>	Informan IV
5	ES	<i>Agen Asuransi / Financial Consultant</i>	Informan V
6	CR	<i>Agen Asuransi / Financial Consultant</i>	Informan VI
7	CS	<i>Customer Service</i>	Informan VII

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Tabel 3. 2 Data Informan Eksternal PT. FWD Insurance Surabaya

No	Nama/Inisial	Jabatan	Keterangan
1	AN	Nasabah Baru	Informan VIII

2	RF	Nasabah Baru	Informan IX
3	LP	Nasabah Baru	Informan X
4	SY	Nasabah Baru	Informan XI
5	JM	Nasabah Baru	Informan XII

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Tabel 3. 3 Coding Transkrip Wawancara

Nama/Inisial	Jabatan/Status	Inisial Coding	Coding
AF	<i>Agency Supervisor/Leader</i>	SPV-AF	SPV
MR	Agen Asuransi	AG-MR	AG
CS	Customer Service	CS-CS	CS
AN	Nasabah Baru	NB-AN	NB

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

E. Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui:

a. Wawancara mendalam

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam untuk menggali pengalaman serta persepsi informan terkait proses *personal selling* dan pembentukan kepercayaan nasabah. Pelaksanaan wawancara mengacu pada alur pelayanan yang terjadi di lapangan.

Alur tersebut dimulai ketika nasabah baru datang ke kantor atau menunjukkan ketertarikan terhadap produk asuransi. Nasabah kemudian

diarahkan untuk bertemu dengan agen yang kompeten. Pada tahap ini, agen berperan sebagai konsultan yang memberikan edukasi mengenai produk asuransi, menjelaskan manfaat, serta membantu nasabah memahami pilihan yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi finansialnya.

Agen melakukan proses komunikasi yang lebih mendalam, termasuk mengidentifikasi kebutuhan nasabah, menjawab pertanyaan, serta menangani keberatan yang mungkin muncul. Proses tersebut bertujuan agar nasabah dapat mengambil keputusan secara sadar dan tanpa paksaan.

Apabila nasabah telah mencapai keputusan untuk membeli produk asuransi (*Closing*), maka proses dilanjutkan ke tahap administrasi. Pada tahap ini, nasabah akan dibantu oleh bagian admin dalam pengisian Surat Permohonan Asuransi Jiwa (SPAJ), serta melengkapi dokumen yang diperlukan hingga proses pengajuan polis. Dengan demikian, wawancara mendalam dalam penelitian ini tidak hanya menggali pengalaman informan secara subjektif, tetapi juga mempertimbangkan alur pelayanan nyata yang terjadi di lapangan, sehingga data yang diperoleh bersifat kontekstual dan relevan dengan fokus penelitian.

Pedoman wawancara dalam penelitian ini disusun berdasarkan konsep *personal selling* dan kepercayaan nasabah yang dikembangkan dalam teori pemasaran jasa.

Indikator *personal selling* mengacu pada tahapan yang dikemukakan oleh (Kotler et al. 2025).serta diperkuat oleh (Syahriza & S.U. 2022),

yang meliputi:

1. *Prospecting*
2. *Pre Approach*
3. *Approach*
4. *Presentation*
5. *Handling Objection*
6. *Closing*
7. *Follow-up*

Indikator kepercayaan nasabah mengacu pada konsep trust yang dikembangkan oleh (Mayer et al. 1995) serta diperkuat oleh (Kotler et al. 2025). yang meliputi:

1. Kredibilitas
2. Transparansi
3. Responsivitas
4. rasa aman

Observasi langsung

Observasi dilakukan untuk memperoleh pemahaman secara langsung terhadap proses personal selling yang berlangsung di lapangan, khususnya dalam interaksi antara agen dan nasabah baru. melalui observasi ini, peneliti dapat melihat secara nyata bagaimana strategi personal selling diterapkan serta bagaimana dinamika komunikasi yang terjadi selama proses pelayanan. Pelaksanaan observasi mengacu pada alur pelayanan yang terjadi di PT FWD Insurance Indonesia Cabang Surabaya. Proses tersebut diawali ketika

nasabah baru datang ke kantor atau menunjukkan ketertarikan terhadap produk asuransi, kemudian diarahkan untuk bertemu dengan agen yang kompeten. Pada tahap ini, agen berperan sebagai konsultan yang memberikan edukasi terkait produk asuransi kesehatan, menjelaskan manfaat, serta membantu nasabah memahami pilihan yang sesuai dengan kebutuhan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi dalam bentuk dokumen tertulis maupun visual yang dapat mendukung proses penelitian. Dokumentasi berfungsi sebagai pelengkap dari metode wawancara dan observasi, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih lengkap dan dapat diverifikasi.

Sejalan dengan perkembangan penelitian kualitatif, dokumentasi tidak hanya digunakan sebagai arsip data, tetapi juga sebagai sumber informasi yang mampu memberikan gambaran nyata mengenai aktivitas dan interaksi yang terjadi di lapangan. Menurut Putra (2025), dokumentasi dalam penelitian kualitatif berperan penting dalam memperkuat data hasil wawancara dan observasi melalui bukti tertulis maupun visual yang bersifat faktual dan kontekstual. Konteks penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk mendukung analisis mengenai strategi *personal selling* yang dilakukan oleh agen PT FWD Insurance Indonesia serta bagaimana strategi tersebut berperan dalam membangun kepercayaan nasabah baru. Dokumentasi yang dikumpulkan berupa data visual maupun tertulis yang berkaitan dengan aktivitas agen, proses interaksi dengan nasabah, serta

alur pelayanan asuransi.

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi foto kegiatan observasi, proses wawancara dengan informan, materi presentasi agen dalam menawarkan produk asuransi, serta dokumen administrasi seperti Surat Permohonan Asuransi Jiwa (SPAJ). Selain itu, dokumentasi juga mencakup arsip perusahaan, struktur organisasi, serta informasi lain yang relevan dengan proses pemasaran dan pelayanan asuransi.

Dokumentasi memiliki peran penting dalam penelitian ini karena berfungsi sebagai bukti pendukung serta alat untuk melakukan triangulasi data. Dengan adanya dokumentasi, peneliti dapat membandingkan dan mengonfirmasi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi, sehingga hasil penelitian menjadi lebih valid, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

2. Teknik Analisis Data

Tahap setelah pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dilanjutkan dengan analisis data, yang bertujuan untuk mengorganisasikan, menginterpretasikan, serta menemukan makna dari data yang diperoleh di lapangan.

Sugiyono (2020), menjelaskan analisis data merupakan proses menyusun data secara sistematis dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun pola, serta menarik kesimpulan sehingga mudah dipahami.

Secara lebih spesifik, analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldana (2014) yang masih banyak digunakan dan diperkuat dalam penelitian kualitatif terbaru (Saunders et al., 2023). Model ini terdiri dari empat tahapan utama, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan/verifikasi.

Model analisis ini digunakan karena mampu menggambarkan proses analisis data secara sistematis dan berkesinambungan dalam memahami fenomena strategi *personal selling* yang dilakukan agen serta bagaimana proses tersebut membentuk kepercayaan nasabah baru terhadap produk asuransi kesehatan.

a. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan agen, nasabah baru, SPV, dan admin, serta didukung oleh observasi langsung dan dokumentasi. pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data secara menyeluruh terkait proses *personal selling* mulai dari *Prospecting* hingga *Follow-up*, serta bagaimana interaksi tersebut membentuk kepercayaan nasabah.

b. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan cenderung banyak, kompleks, dan beragam, sehingga perlu dilakukan reduksi data. Reduksi data dilakukan dengan cara merangkum, memilih, dan memfokuskan pada data yang relevan dengan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, reduksi data difokuskan pada:

1. Tahapan *personal selling* (*prospecting, preApproach, Approach, Presentation, Handling Objection, Closing, Follow-up*)
2. Indikator kepercayaan nasabah (kredibilitas, transparansi, rasa aman, dan konsistensi hubungan). Proses ini bertujuan untuk menemukan pola serta tema yang berkaitan dengan strategi agen dalam membangun kepercayaan nasabah baru.

c. Penyajian Data (*Data Display*)

Tahap setelah reduksi data dilanjutkan dengan penyajian data secara sistematis. Data dalam penelitian kualitatif umumnya disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, serta kutipan hasil wawancara. Dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan melalui:

1. Deskripsi proses *personal selling* di lapangan
2. kutipan langsung dari informan (agen, nasabah, spv, admin)
3. tabel analisis tematik (tema, kutipan, dan interpretasi)

penyajian ini bertujuan untuk memudahkan pemahaman hubungan antara strategi *personal selling* dan terbentuknya kepercayaan nasabah.

d. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan data yang telah dianalisis. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan dapat berubah apabila ditemukan data pendukung yang lebih kuat. Penelitian ini memfokuskan penarikan kesimpulan pada:

1. Bagaimana strategi *personal selling* yang efektif.
2. Bagaimana proses tersebut membentuk kepercayaan nasabah baru

terhadap asuransi kesehatan.

Verifikasi dilakukan secara terus-menerus selama proses penelitian untuk memastikan bahwa hasil yang diperoleh benar-benar sesuai dengan kondisi di lapangan.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan langkah penting dalam penelitian kualitatif untuk memastikan bahwa data yang diperoleh valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Sugiyono (2020), menjelaskan pengujian keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi empat aspek utama, yaitu kredibilitas (*credibility*), transferabilitas (*transferability*), dependabilitas (*dependability*), dan konfirmabilitas (*confirmability*).

1. Uji Kredibilitas (*Credibility*)

Uji kredibilitas bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar sesuai dengan kondisi di lapangan. Penelitian ini menerapkan teknik triangulasi, yaitu:

- a. Triangulasi sumber
Membandingkan data dari agen, nasabah, SPV, dan admin.
- b. Triangulasi teknik
membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.
- c. Member check
Melakukan konfirmasi ulang kepada informan.

Contoh penerapan:

1. Membandingkan penjelasan agen dengan pengalaman nasabah.
2. Membandingkan hasil wawancara dengan dokumen seperti SPAJ.
3. Membandingkan hasil observasi dengan praktik pelayanan di lapangan.

2. Uji Transferabilitas (*Transferability*)

Uji transferabilitas bertujuan agar hasil penelitian dapat dipahami dan diterapkan dalam konteks lain yang serupa. Penelitian ini dilakukan dengan:

- a. Menyajikan deskripsi yang rinci terkait proses *personal selling*.
- b. Menjelaskan karakteristik informan secara jelas.
- c. Menggambarkan kondisi nyata di lapangan secara sistematis.

3. Uji Dependabilitas (*Dependability*)

Uji dependabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa proses penelitian dilakukan secara konsisten dan dapat diaudit. Penelitian ini dilakukan dengan:

- a. Mendokumentasikan seluruh proses penelitian.
- b. Melakukan bimbingan dan konsultasi dengan dosen pembimbing.
- c. Menyusun alur penelitian secara sistematis sesuai pedoman.

4. Uji Konfirmabilitas (*Confirmability*)

Uji konfirmabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa hasil penelitian benar-benar berasal dari data, bukan dari subjektivitas peneliti. Penelitian ini dilakukan dengan:

- a. Menyajikan kutipan langsung dari hasil wawancara.
- b. Menggunakan data observasi dan dokumentasi sebagai pendukung.
- c. Melakukan verifikasi hasil interpretasi kepada informan.