

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan metode atau pendekatan studi kasus (*case study*) yaitu penelitian yang menggambarkan dan menjelaskan data serta informasi yang berdasarkan fakta yang diperoleh di lapangan. Metode ini digunakan agar mendapat informasi mengenai data secara valid dan akurat dari hasil pengolahan data. Penelitian ini bertujuan untuk membuat gambaran mengenai kejadian yang dialami oleh agen PT. Prudential Life Assurance saat memasarkan suatu produk.

3.2 Subjek penelitian dan sampling

Subjek penelitian yaitu yang memberikan informasi mengenai judul penelitian, subjek tersebut disebut informan untuk mencari informasi mengenai yang dibutuhkan peneliti. Pada penelitian ini subjeknya adalah agen dari PT. Prudential life Assurance. Peneliti menentukan subjek atau agen asuransi dengan cara mencari referensi dari teman yang merupakan nasabah asuransi Prudential Indonesia dari agen tersebut.

Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* adalah pengambilan sampel sumber data dengan kriteria tertentu. Kriteria yang dijadikan sampel yaitu agen yang terlibat langsung dalam memasarkan produk asuransi kesehatan. Penelitian ini menggunakan dua subjek penelitian. Ditinjau dari kriteria berapa lama menjadi agen asuransi kesehatan serta berapa banyak nasabah yang telah bergabung dengan agen PT. Prudential Life Assurance.

teknik pengumpulan data dengan wawancara. Wawancara merupakan metode atau teknik untuk pengumpulan data untuk mendapatkan data secara jelas dan terperinci. Wawancara dilakukan dengan tanya jawab langsung. Maka dari itu peneliti akan mewawancarai para informan sebagai objek dari penelitian.

3.3 Fokus Studi

Penelitian ini difokuskan pada langkah mengembangkan pemasaran yang efektif dengan mengenali audiens sasaran, menetapkan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih media, menyeleksi sumber pesan, mengumpulkan umpan balik, menentukan bauran promosi dan strategi pemasaran. (Kotler & Amstrong, 2001)

Penelitian ini berfokus pada cara agen PT. Prudential life Assurance dalam menarik calon nasabah dengan metodologi *segmentation, positioning dan targeting*, cara agen dalam mengembangkan kualitas pemasaran yang efektif serta cara agen dalam mengatasi kendala (*handling objection*) saat memasarkan produk yang ditawarkan kepada calon nasabah.

3.4 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan variabel yang diteliti, atau tentang apa yang diukur oleh variabel.

Tabel 3.1 Definisi operasional

No.	Variable	Definisi Operasional	Instrumen	Hasil Pengukuran
1.	Strategi	Strategi merupakan rencana jangka panjang atau pendek untuk mencapai tujuan.	Wawancara	a. Ada perencanaan, adanya rencana yang terstruktur dalam memasarkan produk asuransi kesehatan. b. Tidak ada perencanaan, tidak adanya perencanaan dalam memasarkan

				produk asuransi kesehatan.
2.	Pemasaran	Rangkaian dari proses untuk memberitahukan, mengkomunikasikan, memperkenalkan dan memberi nilai untuk responden atau calon konsumen.	Wawancara	<ul style="list-style-type: none"> a. Segmentasi, pengelompokan berdasarkan geografik, demografik, psikografik, tingkah laku menurut agen b. Positioning, dikenal masyarakat, tidak dikenal masyarakat. c. Targeting, sesuai kebutuhan SDM, tidak sesuai kebutuhan SDM
3.	Agen	Seseorang yang bertugas menawarkan atau memperkenalkan produk asuransi kesehatan kepada calon nasabah.	Wawancara	<ul style="list-style-type: none"> a. Telah mendapat nasabah, apabila telah memiliki nasabah. b. Belum mendapat nasabah, belum memiliki

				nasabah.
--	--	--	--	----------

3.5 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui tatap muka dengan bertemu langsung dirumah agen dan tetap menerapkan protokol kesehatan, serta komunikasi melalui media sosial dengan agen dari PT. Prudential Life Assurance. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2021.

3.6 Prosedur Pengambilan Data

Langkah-langkah pengambilan data yaitu :

- a. Peneliti mengurus surat izin penelitian.
- b. Menyusun pertanyaan yang akan diajukan kepada responden untuk mendapat informasi mengenai strategi pemasaran agen PT. Prudential Life Assurance.
- c. Peneliti mengajukan perjanjian dengan tenaga pemasar agen Prudential Indonesia.
- d. Bertemu agen Prudential Indonesia dengan menggunakan protokol kesehatan (menggunakan masker, mencuci tangan sebelum bertemu serta jaga jarak) karena dalam masa pandemi Covid-19.
- e. Responden mengisi persetujuan sebagai responden penelitian (Informed consent).
- f. Mencari informasi agen dengan wawancara dan bertanya mengenai strategi pemasaran agen PT. Prudential Life Assurance dalam mendapatkan nasabah asuransi kesehatan.

Pengumpulan data pada penelitian ini antara lain :

3.6.1 Wawancara

Metode wawancara ini bertujuan untuk mencari informasi sejelas-jelasnya kepada responden. Untuk rancangan pertanyaan yang akan diajukan yaitu mengenai strategi pemasaran yang digunakan agen Prudential Indonesia dalam menarik calon nasabah, mengetahui cara agen dalam mengembangkan pemasaran yang efektif dan cara agen dalam mengatasi kendala ketika

memasarkan produk asuransi. Mula-mulanya peneliti akan menyusun daftar pertanyaan yang akan ditanyakan, peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur dan disusun menyerupai cek list. Peneliti akan men-cek list pada nomer pertanyaan yang telah ditanyakan pada lampiran.

3.7 Cara Pengolahan Data

Penelitian ini menggunakan studi kasus, pengambilan datanya menggunakan metode wawancara dan disajikan dalam teks. Hasil analisa data dengan menarasikan hasil wawancara tersebut untuk mendapat jawaban pada rumusan masalah. Adapun cara mengembangkan komunikasi pemasaran yang efektif mencakup dengan mengenali audiens sasaran atau calon nasabah, menetapkan tujuan komunikasi dengan menawarkan sebuah produk asuransi kesehatan, merancang pesan yang ingin dijelaskan kepada calon nasabah dengan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat, menyeleksi sumber pesan dengan, mengumpulkan umpan balik dari nasabah menjadi baik dan hubungan tersebut dapat berkembang agar menjadi nasabah, menentukan strategi bauran pemasaran dan disimpulkan.

3.8 Penyajian Data

Menurut (Usman, 2009) penyajian data adalah proses penampilan hasil penelitian berbentuk naratif representatif tabular termasuk dalam format matriks, grafis dan sebagainya yang dapat mempermudah peneliti dalam melihat gambaran hasil penelitian.

Data yang diperoleh dan sudah dianalisis disajikan dengan tekstual, peneliti akan menyajikan narasi dari subjek penelitian sebagai data penunjang. Data penelitian akan dianalisis dan disajikan pada teks untuk meninjau strategi pemasaran yang digunakan oleh agen PT. Prudential dalam mendapatkan nasabah asuransi kesehatan.

3.9 Etika Penelitian

Etika merupakan norma untuk berperilaku memberikan batasan untuk boleh dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Dalam penelitian ini menerapkan etika penelitian yaitu :

1. Informed Consent

Peneliti akan menyediakan lembar pernyataan informed consent atau kesediaan responden untuk menjadi subjek penelitian.

2. Menghormati kerahasiaan pribadi dari subjek penelitian.
3. Peneliti memperlakukan subjek penelitian secara sopan dan adil.
4. Memperkirakan manfaat dan kerugian dari penelitian ini.

Peneliti melakukan penelitian sesuai dengan prosedur penelitian guna mendapatkan hasil sebaik mungkin untuk penelitian. Peneliti akan mengurangi hal-hal yang berdampak merugikan bagi subjek penelitian.