

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pola Komunikasi *Customer Service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah

Hasil wawancara yang dilakukan dengan *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang menjelaskan bahwa pola komunikasi yang digunakan oleh Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang. Adapun gambaran analisis yang di dapat sesuai dengan rumusan masalahnya yaitu Bagaimana pola komunikasi *Customer Service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan bagaimana cara *Customer Service* memperkenalkan produk kepada nasabah.

Pola komunikasi *Customer Service* yang dilakukan pada nasabah peneliti menemukan beberapa macam pola komunikasi yang dilakukan oleh *Customer Service* secara verbal dan non verbal, dalam kontek komunikasi persuasif. Komunikasi yang digunakan bersifat informal dan terstruktur karena mengacu pada Standar Operasional Prosedur (SOP).

Interaksi antara *Customer Service* dengan nasabah pada dasarnya merupakan suatu proses komunikasi yang berlangsung dalam sebuah konteks pelayanan. Pada penelitian ini menggunakan kajian pola komunikasi menurut Burgon dan Huffner yakni komunikasi asertif, komunikasi pasif, dan komunikasi agresif.²⁴ Bisa diartikan bahwasanya pola komunikasi adalah representasi dari sebuah proses komunikasi yang menggunakan komponen

²⁴ Herdiyan Maulana dan Gumgum, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi* (Jakarta: Akademia Permata 2013), h. 7.

dan unsur penting dalam sebuah interaksi secara komprehensif dan bisa menjadi penjelasan sekaligus penerapan teori.

1. Komunikasi Asertif

Individu dengan gaya asertif merupakan orang yang bersifat tegas, percaya diri, dan karena itu sangat menghargai dirinya sendiri. Ketika berbicara maka dia akan tampil dengan tenang dan mengucapkan semua hal dengan jelas, bersikap jujur, dan sensitif, kalau mendekati orang lain maka dia cenderung menjaga rasa hormat kepada para karyawan. Sementara itu dia bersedia melakukan kompromi, tidak mudah dimanipulasi karena mereka aman dengan ide-ide sendiri. Jika dia seorang pemimpin maka dia bersikap tegas tanpa mengorbankan kepuasan karyawan dia akan membentuk tim kerja yang paling efisien yang mudah dia pimpin.

Gaya komunikasi asertif merupakan gaya di mana individu dengan jelas menyatakan pendapat dan perasaannya, dia juga tegas membelah hak-hak dan kebutuhan mereka tanpa melanggar hak orang lain. Komunikasi asertif terlahir dari harga diri yang tinggi sehingga orang-orang dengan gaya ini sangat menghargai dirinya sendiri, menghargai waktu, dan memaknai emosi dengan serdas, kebutuhan utamanya adalah spritual.²⁵

Adapun penyampain yang dilakukan oleh *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang antara lain :

²⁵ Alo Liliweri, *Komunikasi Antarpersonal* (Jakarta: Kencana 2017),h. 264.

a. Pendidikan

Menurut Schramn, bidang pengalaman merupakan faktor yang penting dalam komunikasi. Jika bidang pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, komunikasi akan berlangsung lancar. Sebaliknya bila pengalaman komunikan tidak sama dengan pengalaman komunikator, akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain.²⁶ Apa yang harus dilakukan oleh komunikator dalam menghadapi situasi demikian.

Muhammad Ikhsan Sazali selaku *Customer Service* mengatakan bahwasanya:

“Pendidikan nasabah juga sangat berpengaruh, misalnya yang berpendidikan SD tentu pola pikirnya dalam memilih produk berbeda dengan SMA atau Sarjana, mereka yang berpendidikan SD biasaya tidak terlalu memilih atau kurang cepat tanggap dalam memahami penjelasan *Customer Service*, sehinga mereka perlu diberikan penjelasan yang berbeda dengan nasabah yang pendidkannya lebih tinggi. Nasabah yang berpendidikan sarjana lebih bersikap kritis terhadap produk”²⁷

Pernyataan tersebut diperkuat dengan pendapat nasabah yang menyatakan:

“*Customer Service* bisa menangani permasalahan yang nasabah keluhkan dan kemampuannya cepat tanggap dalam melayani nasabah menurut saya *Customer Service* disini dalam menyelesaikan masalah selalu cepat, bersikap sopan, ramah dan senantiasa mendengarkan keluhan nasabah seperti saya kemarin pin *M-Banking* terblokir hanya beberapa menit menyelesaikannya dan pin saya kembali lagi”²⁸

Dari pemaparan yang dijelaskan oleh Ibu Ririn bahwasannya dengan salah satu sikap yang dimiliki *Customer Service* yang berkompeten bisa menjadi salah satu alternatif pemecahan masalah, karena dengan kompetensi

²⁶ Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya 2017),h. 13

²⁷Wawancara dengan Muhammad Ikhsan Sazali, Karyawan Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 6 November 2019.

²⁸Wawancara dengan Ririn, Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 5 Agustus 2020

yang dimiliki otomatis *Customer Service* akan selalu dengan cepat tanggap dalam melayani nasabah dengan baik, diharapkan dengan kompetensi yang dimiliki *Customer Service* bisa menghadapi sifat dari nasabah yang berbeda-beda.

Customer Service harus dapat memberikan penjelasan yang rasional kepada pelanggan jenis ini, pengalaman seseorang dengan suatu produk juga akan memberikan pengaruh terhadap pelayanan. Semakin berpengalaman seseorang dalam menilai produk, maka semakin banyak yang ia tahu, sehingga *Customer Service* juga harus mampu menghadapi sifat-sifat pelanggan seperti ini. Begitu pula sebaliknya pelanggan yang belum berpengalaman harus diberikan penjelasan yang lebih mendetail, sekaligus dalam rangka pengenalan produk.

b. Usia

Memudahkan pelayanan agar berjalan lancar *Customer Service* harus lebih dulu mengenal siapa saja nasabah yang akan dihadapinya. Dengan demikian, *Customer Service* akan dapat menyesuaikan diri dengan kondisi pelanggan. Memang tidak mudah untuk mengenal sifat pelanggan secara utuh, namun paling tidak dapat mengetahui sekalipun tidak sempurna.²⁹ Apa yang harus dilakukan oleh komunikator dalam menghadapi situasi demikian. Muhammad Ikhsan Sazali selaku *Customer Service* mengatakan bahwasanya:

“Dalam berbicara kita juga perlu mengatur bagaimana caranya membuat suasana pembicaraan dengan pelanggan menyenangkan. Misalnya nasabah dengan umur yang masih muda cara kita menyampaikan pesan sesuai usai mereka tetap jelas namun santai agar

²⁹ Kasmir, *Customer Service Excellen:Teori dan Prakti* (Depok: PT RajaGrafindo Persada 2018), h.80

mudah dipahami, berbeda dengan nasabah lansia cara berbicara kita sebisa mungkin tidak menyingggu perasaan mereka dengan intonasi yang jelas dan serinci mungkin supaya mereka bisa paham apa yang kita sampaikan mengingat faktor usia mereka yang tak muda lagi dengan sabar kita menjelaskan informasi tersebut.”³⁰

Menurut Ibu Etika selaku nasabah Bank Sumsel Babel Syariah mengatakan:

“Selama saya menjadi nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang saya merasa pelayanan yang diberikan disini sangat baik tidak bertele-tele, terutama *Customer Service* setiap saya bertanya saya diberikan jawaban dengan jelas jadi saya merasa nyaman menabung disini.”³¹

Dari pemaparan yang disampaikan oleh seorang nasabah yang bernama Ibu Etika bahwa selama menjadi nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang ini beliau merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service*, pelayanan yang sangat ramah membuat nasabah menjadi senang. Jadi itu sudah mencerminkan pelayanan yang baik yang dilakukan oleh *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang.

Dari ungkapan di atas Berbicara kepada nasabah harus jelas singkat dan tidak bertele-tele artinya volume suara jangan terlalu kecil tetapi jangan terlalu keras buatlah agar volume suara enak didengar, seperti lembut dan merdu sehingga nasabah yang mendengarnya menjadi senang. Hindari pembicaraan yang bersifat bercanda kepada nasabah yang masih muda. Kemudian bagi nasabah yang banyak tanya, *Customer Service* sebaiknya banyak mendengarkan dengan baik kemudian jawab dengan baik pula.

³⁰ Wawancara dengan Muhammad Ikhsan Sazali, Karyawan Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 6 November 2019.

³¹ Wawancara dengan Ibu Etika, Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 5 Juli 2020

c. *Gander*

Melayani nasabah sikap karyawan haruslah lemah lembut dan ramah tamah. Maksudnya, dalam hal bersikap, baik bertutur kata atau berbicara dalam melayani nasabah. Sikap selaulu lema dan ramah tamah dapat ditujukan, baik dalam volume suara, maupun kata-kata yang diucapkan. Hal ini penting karena dapat menarik nasabah betah.³²

“sebagai *Customer Service* kita selalu berjumpa dengan lawan jenis pria dan wanita, cara kita menyikapi hal tersebut yang pertama dengan penampilan berpenampilan sewajar saja, bagi wanita karyawan kita harus menutup aurat dengan mengenakan jilbab. Cara berbicara antara nasabah wanita dan pria sama saja tidak ada perbedaan tetap menjunjung tinggi sopan santun dan berertika”³³

Adapun penyampaian dari nasabah tentang pelayanan *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang menurut Bapak Hendri:

“Pelayanan yang diberikan oleh Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang sangat prima karena setiap saya bertransaksi selalu dilayani dengan baik dan dengan senyuman sikap sopan,ramah, dan selalu bersikap tenang.”³⁴

Dari penjelasan yang disampaikan oleh Bapak Hendri menjelaskan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang ketika bertransaksi beliau merasa puas, terlihat ketika nasabah bertransaksi selalu disambut dengan senyuman.

³²Kasmir, *Customer Service Excellen:Teori dan Praktik* (Depok: PT RajaGrafindo Persada 2018),h. 147

³³ Wawancara dengan Muhammad Ikhsan Sazali, Karyawan Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 6 November 2019.

³⁴ Wawancara dengan Bapak Hendri, Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 5 Juli 2020

Dari ungkapan diatas dapat kita jelaskan bahwasanya dalam melayani nasabah *Customer Service* dituntun untuk berpenampilan semenarik mungkin. Hal ini disebabkan penampilan merupakan hal yang pertama yang dilihat oleh pelanggan. Dengan penampilan awal yang baik akan memberikan kesan pertama yang baik pula terhadap pelanggan, sehingga timbul rasa kagum, simpatik dan hormat.

2. Komunikasi Pasif

Komunikasi pasif yaitu pola komunikasi yang tidak mempunyai umpan balik secara maksimal sehingga proses komunikasi seringkali tidak efektif. Komunikasi ini cenderung satu pihak saja atau penyampaian pesan saja sedangkan penerima pesan cenderung pasif dan kurang memberikan respon positif terhadap pembicaraan penerima pesan biasanya acuh tak acuh bahkan mendengar tapi tidak mengerti apa yang disampaikan oleh komunikator sehingga cenderung diam.³⁵

Adapun cara penyampain yang dilakukan oleh *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang dalam menghadapi nasabah yang pasif antara lain :

a. Pendidikan

Sebelum kita melancarkan komunikasi kita perlu mempelajari siapa-siapa yang menjadi sasaran komunikasi kita itu. Sudah tentu ini bergantung pada tujuan komunikasi, apakah komunikasi hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau komunikasi melakukan tindakan tertentu

³⁵ Desiani Natalina dan Gilar Gandana, *Komunikasi dalam PAUD* (Tasikmalaya: Ksatria Siliwangi, 2019),h.157-158

(metode persuasif atau instruktif). Apa pun tujuannya, metodenya, dan banyaknya sasaran, pada diri komunikan perlu diperhatikan faktor-faktor tingkat pendidikan.³⁶

“Komunikasi *Customer Service* dengan nasabah atau sebaliknya terkadang informasi yang diperoleh tidak lengkap. Apalagi seseorang mempunyai latar belakang pendidikan yang berbeda seperti nasabah dengan tamatan SD lebih sulit menjelaskan lewat telepon karena terkadang mereka kurang paham dengan apa yang kami jelaskan sehingga kami informasikan saja untuk datang ke kantor, beda halnya dengan nasabah yang lulusan SMA dan perguruan tinggi biasanya kami langsung meminta waktunya untuk menjelaskan permasalahan lewat telepon saja”³⁷

Adapun penyampaian dari nasabah tentang pelayanan *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang menurut Ibu Herlina mengatakan:

“Menurut saya *Customer Service* di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang sudah memberikan pelayanan yang maksimal untuk nasabahnya terutama saya karena mereka memahami apa yang saya butuhkan pada hari ini saya mengurus dana BOS untuk sekolah di tempat saya bekerja dan pelayanan yang mereka berikan sangat memuaskan dan membantu disaat saya bertanya tentang apa yang tidak saya mengerti dan *Customer Service* selalu bersikap sopan, ramah, dan telaten dalam melayani nasabah.”³⁸

Dari penjelasan Ibu Herlina dapat ditarik kesimpulan bahwa *Customer Service* di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang sudah memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah *Customer Service* juga selalu berusaha memahami dan memberikan solusi tentang semua keluhan yang nasabah sampaikan.

³⁶Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya 2017), h. 35

³⁷Wawancara dengan Muhammad Ikhsan Sazali, Karyawan Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 6 November 2019.

³⁸Wawancara dengan Ibu herlina, Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 5 Juli 2020

Melalui komunikasi lewat alat seperti telepon dimana *Customer Service* berinteraksi secara langsung dengan pelanggan hanya lewat suara. Keuntungan *Customer Service* tidak perlu bertemu langsung tetapi cukup lewat suara. Kekurangannya suara antara *Customer Service* dengan nasabah atau sebaliknya terkadang kurang atau tidak jelas sehingga informasi yang diperoleh tidak lengkap itu lah menyebabkan nasabah menjadi pasif yang hanya mendengarkan tetapi kurang mengerti.

b. Usia

Customer Service dituntut untuk mampu berkomunikasi dengan pelanggan melalui berbicara. Komunikasi yang dilakukan diharapkan dapat membuat nasabah tertarik dan terkesan terhadap apa yang yang dijual oleh perusahaan. Komunikasi ini penting mengingat karena langsung berbicara ke pelanggan terutama tatap muka maupun lewat telepon.

Sedangkan berbicara lewat media seperti telepon dan internet pembicaraan hanya lewat suara atau gambar tertentu. Dalam berbicara perlu pula diatur tata cara berbicara yang baik, sehingga tidak timbul salah paham dengan lawan bicaranya.³⁹

“kita harus tahu dengan siapa kita berbicara apabila kita berbicara dengan orang lebih tua kita harus sopan santun, ramah tamah, lembut dan jelas karena komunikasi lewat telepon untuk menyampaikan suatu informasi sangat sulit karena takut terjadi kesalah pahaman, sama halnya dengan nasabah yang lebih mudah kita bersikap tegas, jelas, namun santai karena dan tidak beteletele singkat padat jelas, karena informasi yang kami sampaikan itu berisi tentang tagihan, tunggakan, jatuh tempoh, dan lain lain.”⁴⁰

³⁹Kasmir, *Customer Service Excellen:Teori dan Praktik* (Depok: PT RajaGrafindo Persada 2018),h.182

⁴⁰Wawancara dengan Muhammad Ikhsan Sazali, Karyawan Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 6 November 2019.

Adapun penyampaian dari nasabah tentang pelayanan *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang menurut Ibu Ria mengatakan:

“Saya termasuk nasabah baru di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang waktu pertama kali saya daftar pembukaan rekening saya langsung mendapat verifikasi debit sama kredit langsung melalui email saya dan pelayanan *Customer Service* di sini juga rama dalam menjelaskan cara menggunakan internet *Banking* yang ada di sini secara saya nasabah baru jadi belum tau betul cara menggunakan aplikasi *M-Banking* yang ada di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang.”⁴¹

Dari hasil penjelasan diatas yang dilakukan oleh Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang menggunakan teknologi dalam kegiatan operasionalnya agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam menggunakan ATM, SMS, dan Internet *Banking Customer Service* harus menjelaskannya terlebih dahulu agar fasilitas tersebut memberikan kemudahan untuk akses nasabah.

Ungkapan diatas mengatakan bahwasanya faktor yang menyebabkan kesalah pahaman tersebut mungkin saja disebabkan karena volume suara yang terlalu keccil atau faktor intonasi suara yang kurang jelas, sehingga nasabah salah menaggapinya. Oleh karena itu, dalam berbicara perlu pula diatur tata cara berbicara yang baik sehingga tidak timbul salah paham dengan lawan bicara.

⁴¹ Wawancara dengan Ibu Ria, Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 5 Juli 2020

c. *Gander*

Tampaknya wanita dan pria mempunyai kosakata berlainan, sebagaimana ditunjukkan berbagai penelitian, sebabnya adalah sosialisasi mereka yang berbeda, khususnya minat mereka yang berlainan terhadap berbagai aspek kehidupan. Wanita menggunakan lebih banyak pertanyaan dari pada pria mereka menggunakannya sebagai strategi pemeliharaan percakapan. Wanita menggunakan lebih banyak pembicaraan ekspresif, sedangkan pria menggunakan lebih banyak pembicaraan instrumental (untuk mempengaruhi dan mengendalikan orang lain). Bahasa pria menggunakan pernyataan lebih kuat yang cenderung menekankan kepatuhan, persetujuan, atau kepercayaan pada pendengar.⁴²

Apa yang harus dilakukan oleh komunikator dalam menghadapi situasi demikian. Muhammad Ikhsan Sazali selaku *Customer Service* mengatakan bahwasanya:

”nasabah membutuhkan bantuan tetapi lewat telepon dalam hal ini nasabah tidak berhadapan langsung secara fisik dengan kita hanya melalau suara dan menggunakan bahasa yang sesuai dengan peran kita pada saat menelpon nasabah baik pria maupun wanita, kita harus terampil mengubah gaya ke gaya lain yang sesuai dengan tuntutan situasi yang kita perlukan saat ini adalah keluwesan menggunakan bahasa.”⁴³

Pernyataan tersebut di perkuat dengan pendapat nasabah Bapak Hendri mengatakan bahwa:

“Saya puas jadi nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang ini karena informasi yang didapat sangat jelas baik lewat

⁴² Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya 2014),h. 315-316

⁴³Wawancara dengan Muhammad Ikhsan Sazali, Karyawan Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 6 November 2019

telepon maupun langsung *Customer Service* ramah ,baik , dan sopan pelayanan cepat dan memuaskan.”⁴⁴

Dari penjelasan tersebut bahwassanya beliau merasa puas akan pelayanan yang dilakukan oleh *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang dengan kepuasan informasi yang didapat beliau ingin setia menjadi nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang.

Melalui keterangan diatas dapat peneliti jelaskan bahwa nasabah pria dan wanita memiliki kesetaraan sama dalam memberikan informasi. Bantuan lewat telepon dapat diberikan hanya sekedar informasi seputar produk, keluhan atau pesan yang ingin dibeli. Pelayanan seperti ini harus diperhatikan benar karena faktor kejelasan suara sangat menentukan sering kali terjadi kesalah pahaman akibat suara yang kurang jelas dari kedua belah pihak.

3. Komunikasi Agresif

Komunikasi Agresif yaitu pola komunikasi yang mengutarakan pendapat informasi atau pesan secara lugas namun terdapat agresi verbal maupun non ver. Komunikasi ini mengandung unsur agresi atau menyakiti penerima pesan dan penerima pesan menghindari dari perlakuan dalam komunikasi tersebut. Komunikasi ini dianggap tidak baik karena selain mengandung unsur menyakiti secara lisan atau tulisan, komunikasi ini juga menyakitkan melalui nonverbal seperti lirikan mata yang sinis, bisalirikan

⁴⁴ Wawancara dengan Bapak hendri, Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 5 Juli 2020

tersebut adalah pengingat bagi penerima komunikasi agar tidak melakukan hal yang tidak disukai oleh komunikasikan⁴⁵

Adapun penyampaian yang dilakukan oleh *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang antara lain :

a. Pendidikan

Mampu berkomunikasi artinya harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. *Customer Service* juga harus mampu dengan cepat memahami keinginan pelanggan. Kemudian karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan sekali kali menggunakan istilah yang sulit dimengerti, karena akan mengakibatkan kesalahpahaman dengan pelanggan.⁴⁶ Muhammad Ikhsan Sazali selaku *Customer Service* mengatakan bahwasanya

“sifat-sifat nasabah memiliki perilaku berbeda-beda tergantung tingkat pendidikannya, misalnya tingkat pendidikan SD mereka cenderung pendiam artinya tidak banyak bicara dan bertanya seperlunya saja, sedangkan tingkat pendidikan yang tinggi mereka cenderung banyak tanya tentang suatu produk bahkan terlalu rinci, terkadang nasabah yang banyak tanya dapat menyulitkan terutama berkaitan dengan waktu pelayanan. Namun, disini kami tidak samapi menyinggung perasaan nasabah kami samapikan dengan bahasa yang baik”⁴⁷

Adapun penyampaian dari nasabah tentang pelayanan *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang menurut Ibu Ririn mengatakan:

⁴⁵ Desiani Natalina dan Gilar Gandana, *Komunikasi dalam PAUD* (Tasikmalaya: Ksatria Siliwangi 2019),h.158

⁴⁶ Kasmir, *Customer Service Excellen:Teori dan Praktik* (Depok: PT RajaGrafindo Persada 2018), h. 69

⁴⁷ Wawancara dengan Muhammad Ikhsan Sazali, Karyawan Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 6 November 2019.

“Penyampain informasi di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang dilakukan dengan cepat dan tepat serta penyampaian informasinya sangat mudah dipahami sehingga nasabah cepat mengerti apa yang jelaskan oleh *Customer Service*.”⁴⁸

Dari paparan Ibu Ririn terkadang penyampaian informasi juga mengalami kendala, mungkin karena masyarakat atau pun nasabah belum faham dalam dunia perbankan. Itu menjadi salah satu tugas penting yang harus dilakukan oleh *Customer Service* yaitu menjelaskan dengan sabar, pelan, sabar dan teliti.

Melihat keterangan diatas dapat peneliti jelaskan bahwa komunikasi yang terjadi pada *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang dalam melayani nasabah yang dipengaruhi oleh faktor pendidikan dilihat dari hubungan timbal balik antara komunikator dan komunikan pada saat menjelakan produk. Namun, dilihat dari segi pendidikan nasabah yang lulus SD lebih mudah diarahkan karena tidak memakan waktu, sedangkan nasabah tingkat pendidikannya tinggi dia akan sangat rinci bertanya mengenai produk tersebut tetapi nasabah seperti ini memakan waktu dengan cara penyampaian yang tegas namun tidak menyakiti perasaan nasabah akan memahaminya.

b. Usia

Berusaha memahami kebutuhan nasabah artinya *Customer Service* harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. *Customer Service* yang lamaban akan membuat nasabah bosan dan marah. Usahakan

⁴⁸ Wawancara dengan Ibu Ririn, Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 4 Juli 2020

mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan secara cepat dengan cara mendengarkan terlebih dahulu keinginannya.⁴⁹

“Agar pelayanan menjadi lebih baik *Customer Service* harus lebih dulu mengerti keinginan nasabah dengan cara mendengarkan penjelasan atau keluhan nasabah secara baik. Sekali pun usia mereka berbeda-beda misalnya usia remaja biasanya nasabah baru biasanya pertama kali melakukan transaksi, nasabah sudah lanjut usia pelayanan yang kita berikan harus prioritas”⁵⁰

Adapun penyampaian dari nasabah tentang pelayanan *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang menurut Ibu Ria mengatakan:

“Saya di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang sebagai nasabah penabung. Saya menabung disini karena saya merasa nyaman dan aman para karyawannya baik dan ramah setiap transaksi di sambut dengan senyuman dan salam.”⁵¹

Dari penjelesan Ibu Ria bahwa beliau di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang sebagai nasabah penabung karena beliau merasa aman dan nyaman menitipkan sebagian uangnya di bank tersebut ditambah dengan pelayanan yang baik membuat nasabah makin setia.

Melihat keterangan diatas dapat peneliti jelaskan bahwa komunikasi yang terjadi pada *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang dalam melayani nasabah yang dipengaruhi oleh faktor usia terjadinya pengelompokan nasabah ke dalam kelompok masing-masing hal ini

⁴⁹ Kasmir, *Customer Service Excellen:Teori dan Praktik* (Depok: PT RajaGrafindo Persada 2018),h. 70

⁵⁰ Wawancara dengan Muhammad Ikhsan Sazali, Karyawan Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 6 November 2019

⁵¹ Wawancara dengan Ibu Ria, Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 5 Juli 2020

memudahkan *Customer Service* untuk memberikan pelayanan agar mendapatkan umpan balik yang diinginkan.

c. *Gander*

Nasabah yang datang untuk bertransaksi biasanya berasal dari berbagai wilayah, golongan atau tingkatkatan. Perbedaan tersebut mulai dari pendidikan, usia, dan *gander*. Perbedaan ini akan menyebabkan sikap dan perilaku pelanggan berbeda dalam menanggapi dan merasakan apa yang mereka inginkan dan butuhkan. Oleh karena itu, mau tidak mau cara melayaninya juga harus disiasati dengan memerhatikan dan menyesuaikan dengan faktor-faktro diatas.

“Dalam melayani nasabah penampilan yang menarik, dalam penampilan yang pertama adalah dari segi cara berpakaian, berbicara, gaya dan gerak gerik. Kemudian sikap dan perilaku kita dalam menerima nasabah baik wanita atau pun pria, sikap kita didukung oleh cara kita berbicara, cara kita bertanya maupun cara kita menanggapi atau memberikan penjelasan kepada nasabah”⁵²

Adapun penyampaian dari nasabah tentang pelayanan *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang menurut Ibu Septi mengatakan:

“Pelayanan yang diberikan oleh Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang sangat bagus setiap kali saya bertanya selalu dijawab dengan jelas oleh *Customer Service* dan selalu bersikap sabar dalam menghadapi pertanyaan dari nasabah.”⁵³

Dari penjelasan diatas yang disampaikan oleh Ibu Septi bahwa pelayanan yang disampaikan oleh *Customer Service* ketika bertransaksi

⁵²Wawancara dengan Muhammad Ikhsan Sazali, Karyawan Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 6 November 2019

⁵³Wawancara dengan Ibu Septi, Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 5 Juli 2020

beliau merasa sangat puas karena setiap bertanya selalu ada *feedback* dari *Customer Service* itu semua sudah mencerminkan sikap melayani nasabah dengan baik.

Dapat disimpulkan bahwa sekalipun latar belakang nasabah dalam bertransaksi beragam, namun mereka memiliki satu yang sama yaitu ingin mendapatkan kepuasan atas layanan yang diterimanya. Perlu diketahui dalam praktiknya tingkat kepuasan nasabah juga berbeda-beda tergantung dari latar belakang nasabah itu sendiri. Dengan memahami latar belakang nasabah diharapkan *Customer Service* dapat memberikan layanan dengan sebaik mungkin untuk mendapatkan kepuasan atas layanan seperti yang mereka inginkan.

Mempengaruhi seseorang adalah melakukan suatu peran yang memengaruhi kepercayaan atau minat seseorang dengan menggunakan bentuk komunikasi, biasanya bahasa. Suatu kemampuan berbicara atau melakukan suatu peran adalah suatu tindakan yang harus dikuasai dan hanya memiliki beberapa efek tertentu yang bernama keadaan psikologis atau tindakan yang disengaja.⁵⁴

B. *Customer Service* Dalam Meberikan Informasi Produk Kepada Nasabah.

Seluruh kegiatan perusahaan harus diketahui *Customer Service* sangat baik. Pengenalan kegiatan perusahaan yang utama adalah barang dan jasa yang dijual perusahaan. Dengan mengenal produk dan jasa yang dijual perusahaan *Customer Service* diharapkan mampu memberikan informasi

⁵⁴ Desiani Natalina dan Gilar Gandana, *Komunikasi dalam PAUD* (Tasikmalaya: Ksatria Siliwangi 2019),h.158

tentang produk-produk perusahaan kepada pelanggan secara lengkap perlu diketahui bahwa jika ada pelanggan yang menanyakan tentang suatu produk dan tidak dapat dijawab oleh karyawan, tentu hal ini dapat mengecewakan pelanggan.⁵⁵

Salah satu sebab pelanggan datang ke perusahaan karena memiliki masalah yang ingin diselesaikan masalahnya. Artinya, kedatangan pelanggan ke perusahaan adalah agar hasrat atau kebutuhan dan keinginannya terpenuhi. Keinginan dan kebutuhan pelanggan mulai dari hanya ingin memperoleh informasi tentang suatu hal (produk) yang belum diketahui oleh pelanggan atau ada informasi yang kurang jelas, sehingga nasabah perlu tahu, misalnyinformasi tentang isi, manfaat atau harga produk tersebut.

Terkadang dalam melakukan transaksi pelanggan kurang mengerti prosedur dan pengisian aplikasi. Karena takut terjadi kesalahan, sehingga pelanggan meminta penjelasan. Selain itu, pelanggan juga berkeinginan menyampaikan keluhan-keluhan atau masalah yang sedang dihadapinya. Jika pelanggan ingin memperoleh informasi, cara-cara pengisian aplikasi atau menyampaikan keluhan-keluhan, maka layanilah dengan penuh kesabaran. Artinya, tugas karyawan adalah berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan menyelesaikannya. Memang dalam praktiknya sangat sulit untuk memenuhi keinginan pelanggan secara sempurna. Tetap saja ada kekurangan dalam pelayanan dengan berbagai sebab. Yang penting karyawan

⁵⁵ Kasmir, *Customer Service Excellen:Teori dan Praktik* (Depok: PT RajaGrafindo Persada 2018), h. 28

sudah melayani secara maksimal sesuai dengan standar pelayanan yang telah ditetapkan dengan gaya *Customer Service* itu sendiri.⁵⁶

Adapun *Promotion* yang dilakukan oleh *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang antara lain :

a. *Advertising* (Iklan)

Advertising (Iklan) adalah penyajian informasi non personal tentang suatu produk merek, perusahaan, atau toko yang dilakukan dengan bayaran tertentu. Bentuk promosi non personal ini dengan menggunakan berbagai media. pilihan media yang dapat digunakan untuk melakukan pengiklanan seperti Surat Kabar, Majalah, Radio, Papan Reklame. Kami memasang iklan tentang produk. Untuk mencapai saaran komunikasi kita dapat dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, tergantung pada tujuan yang dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan. Sebagai contoh, pesan melalui media tulisan atau cetakan dan media visual dapat dikaji berulang-ulang dan disimpan sebagai dokumentasi.

Pesan mealalui media aural dapat didengarkan pada saat mata dan tangan dipergunakan untuk menindera hal-hal lain, umumnya mendengarkan berita radio ketika sedang mengemudikan mobil. Pesan melalui media audio visual dapat ditangkap secara lengkap dapat dilihat dan didengarkan.⁵⁷

⁵⁶ Ibid, h. 77

⁵⁷ Onong Uchjana. (2017). Ilmu Komunikasi Teori dan praktek (Jakarta: PT Remaja Rosdakarya 2017), h.37

b. *Personal Selling* (Penjualan Personal)

Promosi ini melibatkan interaksi personal langsung antara nasabah dengan seorang *salesman Customer Service*. Penjualan perseorangan dapat menjadi metode promosi yang hebat, untuk 2 alasan berikut:

1. Komunikasi personal dan *salesman* dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dengan produk dan proses pengambilan keputusan.
2. Situasi komunikasi interaktif yang memungkinkan *salesman* untuk mengadaptasi apa yang disajikannya agar sesuai dengan kebutuhan informasi setiap pembeli potensial.

c. *Sales Promotions* (Promosi Penjualan)

Sales Promotions (Promosi Penjualan) adalah rangsangan langsung yang ditujukan kepada konsumen untuk melakukan pembelian. Banyaknya jenis promosi penjualan, termasuk di dalamnya penurunan harga, pemberian diskon melalui kupon, rabat, kontes dan undian, prangko dangan, pameran dagang dan eksebis, contoh gratis, serta hadiah membuat promosi penjualan mempengaruhi konsumen.⁵⁸

Adapun dimensi-dimensi yang digunakan oleh *Customer Service* dalam memberikan informasi kepada nasabah melalui beberapa faktor yaitu :

a. Pendidikan

Nasabah yang datang untuk bertransaksi biasanya berasal dari berbagai tingkat pendidikan mulai dari SD, SMP, SMA, dan perguruan tinggi. Perbedaan ini akan menyebabkan sikap dan perilaku nasabah berbeda

⁵⁸ M.Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasara* (Yogyakarta: Deepublish 2018),h.200-209

dalam menanggapi dan merasakan apa yang mereka inginkan dan butuhkan. Oleh karena itu, mau tidak mau cara melayaninya juga harus disiasati dengan memperhatikan dan menyesuaikan dengan faktor-faktor diatas.

Faktor tingkat pendidikan yang dimiliki pelanggan juga ikut memengaruhi keinginan nasabah dalam memilih suatu produk. Pelanggan yang berpendidikan tinggi, tentu memiliki selera yang berbeda dengan mereka yang memiliki pendidikan lebih rendah. Hal ini disebabkan oleh faktor pengetahuan dan pengalaman yang diperolehnya lebih luas.

“Dalam berbicara kita juga perlu mengatur bagaimana caranya membuat suasana pembicaraan dengan pelanggan menyenangkan walaupun tingkat pendidikan mereka berbeda-beda dalam pelayanan tetap sama hanya dalam menjelaskan saja yang sedikit berbeda pendidikan SD lebih detail karena mereka kurang memahami sedangkan pendidikan SMA dan perguruan tinggi kita lebih sabar karena mereka lebih rinci dalam bertanya. Pelanggan akan merasa senang untuk mengemukakan persoalannya”⁵⁹

Adapun penyampaian dari nasabah tentang produk yang di sampaikan oleh *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang menurut Ibu Ririn mengatakan:

“Saya sudah merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh Bank Sumsel Babel Syariah karena sesuai dengan harapan saya produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik sesuai dengan fungsi dan produk-produknya juga sesuai dengan syariat Islam.”⁶⁰

Penyampain informasi yang diberikan oleh *Customer Service* adalah produk-produk bank yang sesuai dengan keinginan nasabah, bisa lewat brosur atau buku *toolkit*. Jadi produk yang diberikan sesuai dengan keinginan

⁵⁹Wawancara dengan Muhammad Ikhsan Sazali, Karyawan Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 6 November 2019.

⁶⁰Wawancara dengan Ibu Ririn, Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 5 Juli 2020

nasabah dan *Customer Service* menyampaikannya dengan bahasa dan gerakan tubuh yang mudah dipahami oleh nasabah.

Melalui keterangan diatas dapat peneliti jelaskan bahwa nasabah yang memiliki tingkat pendidikan SD lebih khusus dalam menyampaikan informasi namun pada tingkat pendidikan yang lebih tinggi seperti SMA dan perguruan tinggi lebih rinci dalam menyampaikan informasi tentang produk.

b. Usia

Setia pelanggan memiliki karakter sesuai usia. Terkadang seorang nasabah perlu dibujuk agar mampu menjadi nasabah. Salah satu cara membujuk nasabah adalah melalui etiket. Mereka akan merasa tersanjung terhadap etiket pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service*.⁶¹

“Pada dasarnya sikap *Customer Service* untuk semua nasabah, baik nasabah muda maupun nasabah tua. Hanya saja jika berhadapan dengan nasabah muda harus lebih berhati-hati karena *Customer Service* belum paham betul sifat-sifatnya. Berbeda dengan sikap kita dengan nasabah sudah tua kebanyakan nasabah yang sudah lama jadi kita sudah mengenal karakter mereka sehingga memudahkan kita untuk berinteraksi secara langsung.”⁶²

Adapun penyampaian dari nasabah tentang produk yang di sampaikan oleh *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang menurut Ibu Etika mengatakan:

“Produk yang ditawarkan sudah baik, mulai dari akad-akadnya sudah sesuai dengan syariah Islam dan sejauh ini pun saya belum merasakan adanya kekurangan-kekurangan selama menjadi nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang.”⁶³

⁶¹Kasmir, *Customer Service Excellen:Teori dan Praktik* (Depok: PT RajaGrafindo Persada 2018), h. 125

⁶²Wawancara dengan Muhammad Ikhsan Sazali, Karyawan Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 6 November 2019.

⁶³Wawancara dengan Ibu Etika, Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 5 Juli 2020

Memberikan pelayanan yang maksimal karena dengan memberikan pelayanan yang maksimal nasabah bisa tetap menggunakan jasa dan produk dari Bank tersebut dan nasabah merasa nyaman, dengan sikap yang sopan, ramah, telaten nasabah pasti tidak beralih ke bank lain .

Melalui keterangan diatas dapat peneliti jelaskan bahwa nasabah yang memiliki perbedaan usia dalam mengatasinya seorang *Customer Service* harus pandai-pandai melihat kondisi nasabah, misalnya nasabah dengan usia muda rasa ingin tahunya lebih tinggi sehingga butuh penjelasan yang rinci, sedangkan nasabah dengan usia tua mereka tidak suka terlalu lama dan berbelit-belit akan membuat pelanggan menjadi tidak betah.

c. *Gander*

Berbicara mengenai sistem komunikasi bearti berbicara mengenai sistem masyarakat dan berbicara tentang manusia. Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasif, atau teknik instruksi. Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikasi melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikasi merasa bahwa komunikator ikut serta denganya. Dengan lain perkataan, komunikasi merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikasi bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator.⁶⁴

⁶⁴ Onong Uchjana. (2017). Ilmu Komunikasi Teori dan praktek (Jakart: PT Remaja Rosdakarya 2017), h.38

“Dalam berbicara dengan nasabah pasti kita akan bertemu dengan lawan jenis baik itu wanita atau pun pria cara berkomunikasi dengan nasabah baik langsung empat mata ataupun melalui telepon jangan sampai membuat nasabah tersinggung, selain itu berpenampilan juga harus diperhatikan cara menggunakan baju, celana, dan sepatu yang digunakan sehari-hari, termasuk dalam aksesoris jangan terlalu berlebihan perlu diperhatikan dalam hal berpakaian jangan sampai terbuka aurat yang tidak pantas terlihat, karena kita berhubungan dengan lawan jenis.”⁶⁵

Adapun penyampaian dari nasabah tentang produk yang di sampaikan oleh *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang menurut Bapak Hendri:

“Kalau menurut saya pengalaman saya memakai produk Bank Sumsel Babel Syariah cabang Palembang kualitas produk yang ditawarkan sangat bagus tidak ada kekurangan dari promosi yang dilakukan Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang kualitas promosinya juga menurut saya sudah baik sekali. Karena sudah melakukan banyak jenis promosi serta dalam promosinya selalu memberikan edukasi-edukasi bahwasanya bunga itu di larang.”⁶⁶

Dari penjelasan diatas mempromosikan produk kepada nasabah harus jelas dan sampai tuntas karena itu kewajiban seorang *Customer Service* agar nasabah tidak kecewa dengan pelayanan yang kami berikan. Selain itu *Customer Service* sebagai jembatan penghubung antara nasabah dengan Bank.

Menelalui keterangan diatas dapat peneliti jelaskan bahwa nasabah yang memiliki perbedaan *gender* dalam mengatasinya seorang *Customer Service* harus mempunyai etika yang baik dalam melayani nasabah. Dengan adanya etiket pelayanan, pelanggan akan merasa senang dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, sehingga akan mengulang transaksinya kembali suatu waktu .

⁶⁵Wawancara dengan Muhammad Ikhsan Sazali, Karyawan Bank Sumsel Babel Syariah Palembang 6 November 2019.

⁶⁶Wawancara dengan Bapak Hendri, Nasabah Bank Sumsel Babel Palembang 5 Juli 2020

Para ilmuwan telah menggambarkan model-model komunikasi kedalam berbagai bentuk pola-pola komunikasi tergantung bagaimana kita mengimplementasikannya dan memahami pola komunikasi serta bagaimana proses komunikasi dapat diaplikasikan pada kehidupan. Salah satu pola komunikasi yang sering dijumpai untuk menggambarkan kompleksitas proses komunikasi secara lebih sederhana adalah proses komunikasi persuasif dengan model komunikasi sirkuler yang dicetuskan oleh Osgood dan Schramm.

Begitu pun dalam tulisan ini, dengan teori kredibilitas sumber di satukan dengan pola komunikasi menurut Burgon dan Huffner, pola komunikasi arsesif untuk menunjang komunikasi persuasif agar lebih efektif dalam menyampaikan pesan. Segala aktivitas *Customer Service* dalam meningkatkan pelayanan nasabah sejauh ini telah diamati erat kaitanya dengan teori Kredibilitas Sumber. Hal ini terlihat sekali dari pola komunikasi yang digunakan oleh *Customer Service* Bank Sumsel Babel Syariah cabang Palembang dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah.

Misalnya ketika *Customer Service* diibaratkan (*sender*), lalu berusaha meng-*output* berbagai informasi positif yang berhubungan dengan produk perbankan dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah. *Customer Service* berusaha memikat hati nasabah agar tertarik menanam saham atau bertransaksi di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang dengan cara komunikasi persuasif (*Encoding*). Pesan yang disampaikan merupakan seperangkat makna yang di sampaikan oleh *Customer Service*(*Message*). Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari *Customer Service* (komunikator) ke pada

nasabah (komunikasikan) (*media*). Dengan pola komunikasi sirkuler ini sesuai dengan teori kredibilitas sumber *Customer Service* sangat dibutuhkan untuk memilih kata-kata yang baik agar terjadinya timbal balik.

Dalam model komunikasi ini, komunikasi dipandang sebagai proses model komunikasi Sirkuler kedudukan antara komunikator dan komunikan sering kali tidak bisa ditunjukkan secara jelas. Keduanya campur aduk menjadi satu, ciri khas dari model ini adalah adanya umpan balik dari komunikator kepada komunikan. Proses umpan balik inilah yang menjadi penentu adanya proses sirkuler dalam pola komunikasi.

Proses komunikasi persuasif ini jika dianalisis menggunakan teori kredibilitas sumber yang dicetuskan oleh Carl I Hovland ada hubungannya yang terjalin antara teori kredibilitas sumber. Teori ini mengatakan bahwasanya yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikan pada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seseorang komunikator. Seseorang *Customer Service* akan mendapatkan kepercayaan jika ia menerangkan soal perbankan kepada nasabah dengan komunikasi yang baik dengan daya tarik, kepercayaan, etos, dan profesional yang dimiliki oleh *Customer Service*.⁶⁷

⁶⁷ *Ibid*, h. 39