

PELAYANAN PELANGGAN MENGGUNAKAN KOMUNIKASI VERBAL DI ADIRA FINANCE ZAINUL ARIFIN JAKARTA PUSAT

Dewi Nuryanti
Institut Bisnis Nusantara
deaprodhite@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penggunaan beberapa kata dalam komunikasi verbal oleh pelayanan pelanggan pada para pelanggannya. Data yang digunakan merupakan data rekaman yang direkam dan ditranskripsikan menjadi ujaran-ujaran. Metode kualitatif oleh Cresswell digunakan dalam penelitian ini dan teori Kreidler digunakan dalam menganalisis data. Hasil analisis menemukan tiga istilah utama penggunaan kata dalam beberapa proses. Pertama, penggunaan kata dalam komunikasi verbal terkait ketersediaan pelayanan pada Adira Finance Zainul Arifin, seperti penggunaan istilah kredit multiguna, kredit mobil/motor, kredit elektronik, mebel, serta kredit gawai; kedua, penggunaan kata dalam komunikasi verbal terkait proses penawaran pelanggan seperti masuk ke dalam system CRM Next, memilih prospek potensial, daftar prospek potensial, biodata calon nasabah, menghubungi calon pelanggan; dan ketiga adalah penggunaan kata dalam komunikasi verbal terkait proses pengajuan kredit, seperti memeriksa sejarah pembayaran pelanggan, pemeriksaan unit kendaraan, menghitung struktur kredit, menyediakan formulir dan file pelanggan, proses analisis kredit, dan pencairan dana

Kata kunci: *layanan pelanggan, komunikasi, komunikasi verbal*

PENDAHULUAN

Memperkenalkan produk kepada pelanggan oleh layanan pelanggan suatu perusahaan membutuhkan komunikasi yang terampil. Layanan pelanggan, melalui penggunaan kata-kata tertentu, menyebabkan pelanggan tertarik untuk memperhatikan produk. Terkadang orang-orang secara tidak sadar membeli produk tertentu hanya karena cara layanan pelanggan menjelaskan pengetahuan produk. Oleh sebab itu pekerjaan sebagai seorang layanan pelanggan bisa diterapkan di berbagai bidang.

Menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi pelanggan dalam suatu perusahaan sangat penting di semua industri. Dengan banyaknya saluran komunikasi, tantangan sebenarnya terletak pada pemilihan komunikasi yang tepat bagi perusahaan. Penting juga untuk melihat tren mana yang muncul dalam komunikasi pelanggan dan mulai beradaptasi dengannya. Seiring meningkatnya skala bisnis, komunikasi secara efektif dengan setiap pelanggan menjadi semakin sulit. Oleh sebab itu, untuk bertahan di pasar yang kompetitif ini, salah satu faktor penting adalah meningkatkan komunikasi pelanggan.

Komunikasi pelanggan adalah proses berkomunikasi dengan pelanggan melalui beberapa cara, salah satunya adalah komunikasi verbal. Secara umum, komunikasi ini merupakan suatu komunikasi yang dilakukan atas nama perusahaan kepada pelanggannya. Komunikasi ini bertujuan agar mampu menjaga kepuasan pelanggan dan pelanggan yang bahagia merupakan syarat mendasar dari perusahaan mana pun. Semudah kedengarannya, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan maupun staf layanan pelanggan saat berkomunikasi dengan pelanggannya. Dari mengelola komunikasi pelanggan hingga menyampaikan komunikasi secara efektif kepada pelanggan

Adira Finance menerapkan beberapa standar layanan komunikasi yang merupakan keharusan bagi setiap karyawan dan telah menjadi budaya kerja. Hal tersebut juga menjadi

landasan yang kuat bagi setiap pemangku kepentingan untuk menjalankan aktivitas dan perannya dalam kegiatan bisnis perusahaan. Strategi komunikasi dalam perusahaan sangat penting untuk mewujudkan program kerja yang dimilikinya. Dalam hal ini, Adira Finance meningkatkan penjualan perusahaan, dengan tujuan tercapainya harapan yang diinginkan terutama dalam menarik minat pelanggan.

STUDI PUSTAKA

Layanan Pelanggan (*Customer Service*)

Pengetahuan tentang pelayanan pelanggan merupakan peranan penting dalam sebuah bisnis. Cara pelanggan melayani pelanggannya seperti menunjukkan cerminan yang baik dari sebuah perusahaan. Sebagaimana Johnston dan Clark (2008) mendefinisikan konsep layanan sebagai pemahaman bersama tentang sifat layanan yang diberikan dan diterima. Mereka juga menyatakan bahwa konsep layanan harus memberikan informasi tentang esensi layanan, pengalaman layanan, dan hasil layanan. Dapat dikatakan bahwa layanan pelanggan suatu perusahaan menjadi pusat informasi yang lengkap dalam sebuah perusahaan.

Dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan, perusahaan memberikan pengalaman tertentu dalam memahami suatu produk kepada pelanggannya. Setelah mendapatkan pengalaman ini, layanan pelanggan telah mengikat emosi antara pelayanan pelanggan dengan pelanggan tersebut. Itulah sebabnya, pengalaman ini, terutama yang baik, akan mengarahkan pelanggan untuk membeli kembali produk serupa dari layanan pelanggan yang sama di lain waktu. Hal ini berarti bahwa pelanggan mendapatkan kepuasan dari layanan mereka.

Istilah kepuasan pelanggan dan persepsi kualitas adalah label yang kami gunakan untuk merangkum serangkaian tindakan yang dapat diamati terkait dengan produk atau layanan (Hayes, 2008, p.33). Hal ini berarti bahwa perasaan puas yang dirasakan oleh seorang pelanggan berasal dari tindakan seorang atau sekelompok layanan pelanggan dalam mengejar pelanggannya untuk membeli sesuatu. Ketika pelanggan berkunjung kembali dan kembali membeli satu produk, layanan pelanggan telah memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Dapat dikatakan tercapainya kepuasan pelanggan, atau harapan pelayanan pelanggan telah mencapai tujuannya (Parasuraman et al, 1991).

Komunikasi Verbal

Komunikasi antar manusia telah berkembang pesat saat ini, terutama di era teknologi tinggi. Orang-orang mudah berkomunikasi satu sama lain dan menyebabkan mereka dapat menggunakan bahasa global dalam komunikasi mereka. Jadi, mereka harus mampu menguasai salah satu cara berkomunikasi secara menyeluruh, seperti komunikasi verbal.

Dengan berkomunikasi secara verbal, pesan mudah tersampaikan antar penutur dalam konteks tuturan. Meskipun komunikasi tertulis penting dalam menulis pesan, komunikasi verbal paling penting dalam mengirimkan pesan secara langsung. Komunikasi verbal adalah tentang penggunaan bahasa secara lisan, lisan, dan langsung antara penutur bahasa tersebut. Penggunaan bahasa dalam komunikasi verbal tidak selalu tentang penggunaan alat komunikasi, tetapi lebih banyak komunikasi menggunakan gerak tubuh, bahasa tubuh, dan ekspresi.

Komunikasi Verbal adalah jenis komunikasi lisan di mana pesan ditransmisikan melalui kata-kata yang diucapkan (Kreidler:2002). Di sini pengirim mengungkapkan perasaan, pikiran, gagasan, dan pendapatnya dan mengungkapkannya dalam bentuk pidato, diskusi, presentasi, dan percakapan. Kami mengirim pesan kepada orang lain hanya dengan menunjukkan gerakan tubuh kami. Dengan ini, komunikasi lebih efektif daripada berbicara. Penutur hanya mengkomunikasikan maksudnya akan sesuatu tanpa harus mengatakannya.

Penggunaan komunikasi verbal dalam percakapan terkadang menimbulkan kesalahpahaman di antara para penutur. Hal ini terjadi karena dalam berbicara, penutur mungkin salah dalam mengartikan nada, volume suara, ataupun bahasa tubuh yang

ditunjukkan oleh mitra tutur lain. Itulah mengapa interpretasi yang cermat diperlukan dalam memahami setiap pembicara. Menurunkan nada saat berbicara adalah salah satu cara yang baik untuk menghindari salah tafsir. Di sisi lain, beberapa nada dapat mengarah pada tindakan persuasif. Hal ini terlihat dari penggunaan nada yang lembut dalam menjelaskan produk oleh beberapa petugas layanan pelanggan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini tidak menggunakan angka apapun untuk dianalisis dan hanya penelitian kualitatif yang menjelaskan setiap fenomena dengan menggunakan bahasa, seperti fenomena manusia (Creswell:2014, Mack, et al:2005:1) dalam Azyizah dan Nuryanti (2023:50). Selain itu, desain yang digunakan dalam penelitian ini juga menggunakan desain penelitian kualitatif (Creswell (2018)).

Data yang dikumpulkan penulis digunakan untuk pembahasan atau analisis guna menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan. Dalam penelitian kualitatif dan kuantitatif, data menunjukkan suatu fakta dari bahan baku yang masih harus diolah untuk menghasilkan informasi. Data adalah informasi atau bahan primer yang dapat dijadikan dasar kajian atau penelitian (Sugiyono, 2013).

Oleh karena itu dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dimana peneliti akan mengungkapkan suatu makna yang terkandung dalam data penelitian, yang kemudian dideskripsikan dalam sebuah laporan penelitian yang ditulis secara rinci dalam bentuk kata-kata yang membentuk paragraf.

Seperti yang dikatakan Nuryanti (2019:47), data akan dijelaskan dengan kata, frase, atau kalimat. Data yang digunakan oleh penulis termasuk dalam data yang benar untuk diteliti dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana mereka akan memaparkan hasil data tersebut dalam sebuah teks report.

Prosedur pengambilan data yang dilakukan penulis adalah dengan mencatat setiap ujaran yang diujarkan oleh layanan pelanggan Adira Finance pada saat menjelaskan tentang produk kepada pelanggan. Penulis mengambil data yang direkam sealami mungkin tanpa mengubah apa pun. Jadi, data tersebut merupakan data primer alami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah mengamati proses transaksi di Adira Finance Jalan Zainul Arifin, penulis menemukan beberapa kata yang digunakan oleh layanan pelanggan dalam komunikasi verbal mereka. Penulis telah membagi penggunaan komunikasi verbal tersebut menjadi tiga istilah: 1) penggunaan kata dalam komunikasi verbal yang berkaitan dengan ketersediaan layanan di Adira Finance Zainul Arifin; 2) penggunaan kata-kata dalam komunikasi verbal terkait dengan proses penawaran pelanggan; dan 3) penggunaan kata-kata dalam komunikasi verbal terkait dengan proses pengajuan kredit.

Istilah pertama yang terkait dengan penggunaan kata-kata pada ketersediaan layanan ditemukan istilah-istilah seperti kredit Multiguna. Kredit Multiguna merupakan salah satu produk perbankan yang memberikan fasilitas pinjaman dimana debitur diwajibkan untuk memberikan agunan atau jaminan, dengan besarnya pinjaman tersebut yang kemudian ditaksir dengan barang yang dijadikan agunan. Kredit multiguna ini juga memiliki risiko yang akan terjadi. Terutama resiko mengenai meninggalnya debitur dalam jangka waktu kredit yang belum selesai atau biasa disebut dengan masa pertanggungan.

Berikutnya adalah kredit sepeda motor/mobil. Istilah kredit motor/mobil merupakan istilah yang digunakan Adira Finance untuk menawarkan kemudahan memiliki motor baru atau bekas secara kredit untuk berbagai pilihan merek, termasuk motor premium.

Istilah terakhir adalah pinjaman elektronik, furnitur, dan gadget. Istilah yang digunakan oleh Adira Finance untuk menawarkan kemudahan bagi pelanggannya untuk memiliki gadget, produk elektronik terbaru, furniture dan berbagai barang lainnya dengan

persyaratan dokumen yang mudah, proses yang cepat, bunga dan cicilan yang lebih rendah, jaringan pembayaran cicilan yang luas, dan ramah layanan di ratusan kantor cabang/perwakilan, merchant/toko, *contact center*, dan media digital.

Istilah kedua terkait dengan proses penawaran pelanggan. Pada bagian ini, penulis menemukan lima istilah penggunaan kata dalam komunikasi verbal. Yang pertama adalah Login ke CRM Selanjutnya. Itu adalah akses yang diberikan Adira Finance kepada karyawannya. Tujuannya untuk memudahkan karyawan mengakses sistem yang ada, seperti CRM Next. CRM Next membantu karyawan untuk melihat data pelanggan yang telah melakukan *leasing* di Adira Finance atau yang biasa dikenal dengan *database*. Mereka dapat melakukannya dengan masuk ke sistem dengan menggunakan nama pengguna karyawan.

Syarat selanjutnya dalam proses penawaran adalah memilih prospek potensial. Istilah ini merujuk pada tampilan awal CRM Next yang akan muncul setelah login. Setelah itu, karyawan dapat mengklik bagian Potensial *Leads* yang dapat dilihat. Daftar Calon *Lead* berisi orang-orang yang berpotensi membeli produk di Adira Finance. Istilah keempat adalah istilah Biodata Calon Pelanggan. Ini adalah istilah untuk mengumpulkan informasi tentang pelanggan yang akan muncul di sistem. Istilah terakhir adalah istilah menghubungi calon pelanggan. Ini adalah langkah terakhir yang dilakukan karyawan untuk menghubungi calon konsumen untuk menawarkan produk di Adira Finance.

Istilah ketiga penggunaan kata-kata dalam komunikasi verbal terkait dengan proses pengajuan kredit. Istilah pertama adalah pengecekan riwayat pembayaran pelanggan. Merupakan langkah awal saat nasabah ingin mengajukan kredit di Adira Finance. Proses pengecekan ini dapat dilihat dari laman Adira Finance yang berfungsi untuk mengetahui sejarah Pembayaran pelanggan, apakah pembayaran pelanggan baik/tidak baik dan untuk kelanjutan perhitungan struktur persetujuan kredit. Di bawah ini adalah gambar sejarah Payment Adira Finance.

Istilah kedua adalah pemeriksaan unit kendaraan. Setelah dilakukan pengecekan data pelanggan, unit kendaraan dicek di tabel Glosarium sesuai dengan STNK (tipe & merek) pelanggan yang akan diajukan tergantung harga pasar atau harga OTR (On the Road) di MRP (Market Price) tabel kendaraan yang dijamin untuk mengetahui berapa limit yang diberikan kepada pelanggan. Kemudian, istilah menghitung struktur kredit. Langkah selanjutnya adalah menghitung struktur kredit/limit yang akan diberikan kepada nasabah dan cicilan bulanan yang harus dibayar oleh nasabah.

Penyediaan formulir dan dokumen pelanggan adalah istilah berikutnya yang digunakan dalam proses ini. Merupakan pemberian formulir dan berkas yang dilakukan setelah nasabah melakukan kesepakatan dengan struktur kredit yang diberikan. Proses kredit Analisis ditemukan setelah memberikan formulir. Dalam jangka waktu ini, karyawan Adira Finance akan menginput data pelanggan ke dalam aplikasi, membuat laporan dan dokumennya. Syarat terakhir yang ditemukan adalah pencairan dana. Istilah ini menjelaskan tentang jumlah uang yang dibayarkan kepada Adira Finance pada saat pelanggan telah disetujui oleh bagian analisis kredit.

KESIMPULAN

Setelah menyelesaikan analisis, penulis menemukan tiga istilah penggunaan kata-kata dalam komunikasi verbal layanan pelanggan: 1) Ketentuan penggunaan kata dalam komunikasi verbal yang berkaitan dengan ketersediaan layanan di Adira Finance Zainul Arifin, seperti ketentuan kredit Multiguna, kredit sepeda motor/mobil, elektronik, furnitur, dan gadget; 2) Syarat penggunaan kata-kata dalam komunikasi verbal terkait proses penawaran pelanggan seperti Login ke CRM. Selanjutnya, pilih calon pelanggan, daftar calon pelanggan, biodata calon pelanggan, dan hubungi calon pelanggan; dan 3) syarat penggunaan kata-kata dalam komunikasi verbal terkait proses pengajuan kredit, seperti pengecekan sejarah pembayaran nasabah, pengecekan unit kendaraan, perhitungan struktur kredit, penyediaan formulir dan berkas nasabah, proses analisis kredit, dan pencairan dana.

DAFTAR PUSTAKA

- Azyizah, S., & Nuryanti, D. (2023). Code-Switching used by Putri Tanjung and Boy William in Ngobrol Sore Semaunya's Episode 2. *LingPoet: Journal of Linguistics and Literary Research*, 4(1), 46-54. Retrieved from <https://talenta.usu.ac.id/lingpoet/article/view/9607>
- Creswell, John W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. London: Sage.
- Johnston, Robert and Graham Clark (2008). *Service Operations Management: Improving Service delivery* (2nd ed). England: Prentice Hall.
- Kreidler, Charles W. 2002. *Introducing English Semantics*. London: the Taylor&Francis e-Library.
- Nuryanti, D. (2019). Showing Emotion of Surprise Using Metaphorical Expression by Arabic Descendent Community. *Eseni Lingua*, 1(1). Retrieved from <https://ibn.ejournal.id/index.php/LINGUA/article/view/151>
- Parasuraman et al, 1991. *Understanding Customer Expectations of Service*. Retrieved from <https://sloanreview.mit.edu/article/understanding-customer-expectations-of-service/>
- Sugiyono, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). *Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models*. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879–891. <https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879>