

BAB IV

PENUTUP

1. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini merupakan hasil jawaban dari rumusan masalah dan tujuan penelitian. Oleh karena itu, pada kesimpulan ini akan menjelaskan tentang tahapan komunikasi interpersonal antara TMO Cycle 2 dan konsumen, mengidentifikasi gangguan komunikasi TMO Cycle 2 saat menawarkan produk kepada konsumen melalui telepon, dan kemudian mengetahui komunikasi interpersonal yang digunakan oleh TMO Cycle 2 dalam menghadapi gangguan komunikasi tersebut.

Tahapan komunikasi interpersonal terbagi menjadi tiga tahap, yaitu tahap awal, tahap inti, dan tahap akhir. Pada tahap awal berisi tentang persiapan yang dilakukan oleh TMO Cycle 2 mulai dari persiapan fisik, persiapan mental, dan persiapan materi. Selain persiapan tersebut, tahap ini juga berkaitan tentang pertimbangan waktu yang tepat yang dilakukan oleh TMO Cycle 2 sebelum menawarkan produk kepada konsumen melalui telepon. Pertimbangan waktu yang tepat ini sebagai bentuk dari etika komunikasi interpersonal melalui saluran telepon.

Selanjutnya tahap inti dan tahap akhir merupakan tahap saat TMO Cycle 2 mulai menjalin komunikasi dan interaksi dengan konsumen melalui telepon. Oleh karena itu, pada tahap ini membutuhkan adanya sikap positif yang perlu

dikembangkan dalam proses komunikasi interpersonal. Sikap positif yang dilakukan oleh TMO Cycle 2 adalah dengan membuka pintu komunikasi melalui skrip penawaran, bersikap sopan dan ramah saat berhadapan dengan beragam karakter konsumen, tidak sungkan untuk minta maaf saat merasa bersalah berkaitan dengan adanya keluhan dari konsumen, penuh perhatian dengan fokus memperhatikan proses komunikasi yang sedang berlangsung agar dapat memahami karakter konsumen, dan terakhir adalah menjelaskan informasi produk dengan adil dan jujur kepada konsumen.

Kemudian dalam menjalankan tahapan komunikasi interpersonal dengan konsumen, TMO Cycle 2 mengalami beragam gangguan komunikasi yang berasal dari berbagai sumber yang terbagi menjadi gangguan komunikasi internal (dari dalam diri telemarketer), gangguan komunikasi eksternal (dari lingkungan), dan gangguan komunikasi campuran (dari dalam diri dan dari konsumen). Dalam hal ini, gangguan komunikasi yang termasuk dalam gangguan komunikasi internal adalah gangguan psikologis dan kredibilitas telemarketer. Selanjutnya yang termasuk dalam gangguan komunikasi eksternal adalah gangguan teknis dan rintangan fisik. Sedangkan, gangguan komunikasi campuran terdiri dari gangguan semantik, rintangan kerangka, dan komunikasi satu arah.

Tentunya dalam menghadapi gangguan komunikasi tersebut, TMO Cycle 2 menerapkan komunikasi interpersonal dalam konteks telemarketing. Diawali dengan menerapkan etika komunikasi yang dilakukan dengan berbicara secara jelas, sesuai topik, dan tenang, lalu menyiapkan catatan penting, dan kemudian membayangkan bahwa TMO Cycle 2 sedang bicara secara tatap muka dengan

lawan bicara. Selanjutnya dalam menghadapi gangguan teknis, rintangan fisik, dan rintangan kerangka dibutuhkan sikap cepat dan tanggap agar pesan tetap dapat tersampaikan dengan baik kepada konsumen. Dalam meningkatkan kredibilitas TMO Cycle 2 juga dibutuhkan pelatihan dari pihak perusahaan ACC DOC, sehingga telemarketer dapat meyakinkan konsumen untuk mengambil produk.

Lalu dalam menghadapi komunikasi satu arah, TMO Cycle 2 menerapkan keterampilan berbicara yang terdiri dari *smiling voice*, menjaga artikulasi, mau mendengarkan respons konsumen, dan mampu bernegosiasi dengan konsumen. Dengan keterampilan berbicara tersebut, dapat menciptakan proses komunikasi interpersonal yang lebih menarik, sehingga peluang konsumen untuk mau mendengarkan dan menanggapi penawaran menjadi lebih besar.

Dalam konteks telemarketing yang berhubungan dengan *personal selling* yang di dalamnya perlu kemampuan komunikasi interpersonal. Dalam hal ini, ditemukan bahwa TMO Cycle 2 menerapkan fungsi dari *personal selling*, yang terdiri dari *prospecting*, *targeting*, *communicating*, *selling*, *servicing*, dan *allocating*. Namun demikian, dalam konteks telemarketing yang memiliki tujuan bisnis maka penerapan komunikasi persuasi lebih tepat dibandingkan dengan komunikasi interpersonal. Komunikasi persuasi yang dilakukan oleh TMO Cycle 2 adalah dengan melakukan prinsip membujuk demi keuntungan dan membujuk demi pemenuhan kebutuhan. Selain itu, TMO Cycle 2 menerapkan teknik ganjaran dan melakukan pendekatan konsep AIDDA dalam menghadapi gangguan komunikasi dengan konsumen.

2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang memaparkan temuan data dan analisis data, dibutuhkan peran dari ACC DOC untuk memperbaiki dan selalu memperbarui sistem dan aplikasi yang digunakan sebagai penunjang kinerja TMO Cycle 2. Dalam hal ini, pihak ACC DOC juga diharapkan dapat meningkatkan koneksi jaringan agar proses penelponan dapat berjalan dengan baik dan lancar. Dalam temuan data juga ditemukan bahwa TMO Cycle 2 masih membutuhkan kemampuan untuk mengendalikan diri, sehingga TMO Cycle 2 diharapkan dapat menjaga suasana hati agar tidak terpengaruh dengan beragam karakter konsumen. Hal ini dikarenakan suasana hati mampu memengaruhi suara dan cara penyampaian pesan melalui telepon.

Penelitian yang serupa dapat dilakukan kembali oleh peneliti selanjutnya dan diharapkan dapat melengkapi dan mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan memperdalam komunikasi persuasi sebagai landasan teori dan juga menggunakan subjek serta metode yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- ACC ONE. (2021). *Tentang ACC*. Diakses dari https://www.acc.co.id/accone/TentangACC_Detail?detail=U2FsdGVkX1%2FyJog6Esfwci7P2HNwI2ujverLGIvkk6nRuX8ej5jkA2Cftg1B2cG%2B7hc44tjsgcunxsf3Gp20J1dn3rJ2wHFp%2BNZIHggSP2OtTpUjkKylS4AcYJq3pay7 pada 19 Januari 2023 pukul 10.00 WIB.
- ACC ONE. (2022). *Informasi Terkini*. Diakses dari https://www.acc.co.id/accone/InfoTerkini_Detail?Id=3552&title=Resmi-Beroperasi-Digital-Operation-Center-ACC-Dinamai-berijalan- pada 19 Januari 2023 pukul 10.15 WIB.
- Berijalan. (2022). *Tentang Kami*. Diakses dari <https://berijalan.co.id/> pada 19 Januari 2023 pukul 10.20 WIB.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Anggraini, K., Rufeidah, A., & Fatimah, S. (2021). ETIKA KOMUNIKASI STAF TELEMARKEETING PADA KONSUMEN DI PT ASURANSI JIWA MANULIFE INDONESIA BSD TANGERANG SELATAN. *Proceeding Secretari universitas Pamulang*, 1(1).
- Atmodjo, J. T. & Mariani. (2019). *Pengaruh Kualitas Komunikasi Telemarketing PT. Asuransi XYZ Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Mendapatkan Informasi Nasabah Asuransi Kesehatan X di Jakarta*. *Jurnal Visi Komunikasi*. Vol 18(01).

- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Jurnal teknologi pendidikan*, 10(1), 46-62.
- Bimantoro, G., & Burhanuddin, R. (2019). ANALISIS STRATEGI PERSONAL SELLING MARKETING COMMUNICATION DI PT. INFOGLOBAL (CONTOH KASUS PRODUK APLIKASI PERTAHANAN MARKAS BESAR TNI ANGKATAN UDARA DI JAKARTA). *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(1), 43-63.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- De Vito, Joseph. (2001). *The Interpersonal Communication Book Ninth Edition*. Longman Publishing Group.
- De Vito, Joseph. (2016). *The Interpersonal Communication Book Fourteenth Edition*. England: Pearson.
- Hansen, S. (2020). Investigasi Teknik Wawancara dalam Penelitian Kualitatif Manajemen Konstruksi. *J. Tek. Sipil*, 27(3), 283.
- Hardjana, M. (2003). *Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius.
- Iriantara, Yosol & Malik, Dedy Djamaludin. *Komunikasi Persuasif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kusniadji, S. (2018). Kontribusi Penggunaan Personal Selling Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176-183.

- Martiana, R. (2018). PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA PENJUALAN BANCASSURANCE. *JURNAL STUDIA AKUNTANSI DAN BISNIS*, 6(1).
- Mongkau, A. A., Warouw, D. M., & Mingkid, E. (2017). Strategi Komunikasi Sales Dalam Memasarkan Mobil Bekas Di Kota Manado (Studi Pada Showroom Mobil Bekas Di Wilayah Kecamatan Malalayang Kota). *Acta Diurna Komunikasi*, 6(2).
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Kalimantan Selatan: Antasari Press. Diakses dari <https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf> pada 12 Juli 2022 pukul 14.02 WIB
- Rowson, P. (2007). *Telemarketing, Cold Calling, and Appointment Making (How To Win More Business Through the Telephone)*. Jakarta: PT. Ina Publikatama.
- Sendari, A. A. (2021). *Objek Penelitian adalah Gagasan Utama, Kenali Bedanya dengan Subjek*. Diakses dari <https://hot.liputan6.com/read/4699817/objek-penelitian-adalah-gagasan-utama-kenali-bedanya-dengan-subjek> pada 12 Juli 2022 pukul 14.05 WIB.
- Saleh, S. (2017). *Analisis data kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan.
- Situmorang, Anggun. (2018). *OJK Catat 449 Pengaduan Layanan Jasa Keuangan, Tertinggi Perbankan*. Dilansir dari <https://www.merdeka.com/uang/ojk-catat-449-pengaduan-layanan-jasa-keuangan-tertinggi-perbankan.html> pada 27 April 2022 pada 17.10 WIB

- Suranto, Aw. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Surbakti, N., & Silalahi, S. M. E. (2008). Pengaruh Kredibilitas Pegawai dalam Komunikasi Interpersonal Terhadap Sikap Nasabah Pada Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(1).
- Suryana, A. (2014). Konsep-konsep Dasar Komunikasi Persuasif. *Universitas Terbuka*.
- Syamsurizal, S. (2016). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Aktivitas Pemasaran (Studi Deskriptif Komunikasi Persuasif Presenter (Staff Pemasaran) dalam Merekrut Calon Mahasiswa Baru di Politeknik LP3I Jakarta). *Jurnal Lentera Bisnis*, 5(2).
- Tubbs, S. & Moss, S. (1981). *Interpersonal Communication Second Edition*. New York: Random House.
- Wahyuningsih, Sri. (2013). *Metode Penelitian Studi Kasus (Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya)*. Madura: UTM PRESS. Diakses dari <http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2015/03/BUKU-AJAR-METPEN.pdf> pada 3 Juni 2022 pukul 12.30 WIB.
- Wicaksono, Adhi. (2021). *Survei BI: 90 Persen Warga Belum Berencana 'Ngutang' di Bank*. Dilansir dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210319124923-78->

619549/survei-bi-90-persen-warga-belum-berencana-ngutang-di-bank pada

8 April 2022 pukul 09.00 WIB.



LAMPIRAN

1. PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara digunakan peneliti untuk dapat menggali data-data yang dapat menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian. Pedoman wawancara mengacu pada kerangka teori dan kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian. Oleh karena itu, peneliti menggali data-data dengan membuat daftar pertanyaan yang sesuai dengan pedoman wawancara penelitian, sehingga menghasilkan daftar pertanyaan sebagai berikut:

1. Profil Narasumber

Daftar pertanyaan yang akan diajukan tentang profil narasumber adalah sebagai berikut:

- a. Sudah berapa lama Anda bekerja menjadi TMO Cycle 2?
- b. Apa alasan Anda bergabung di TMO Cycle 2?
- c. Apakah Anda memiliki latar belakang pengalaman yang berkaitan dengan dunia telemarketing?
- d. Boleh ceritakan pengalaman yang mengesankan ketika menjadi telemarketing?
- e. Boleh ceritakan kesalahan apa saja yang pernah Anda lakukan saat menjadi seorang telemarketer?

2. Tahapan Komunikasi Interpersonal TMO Cycle 2 dengan Konsumen

Daftar pertanyaan yang akan diajukan tentang tahapan komunikasi interpersonal TMO Cycle 2 dengan konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Apa saja aktivitas keseharian menjadi TMO Cycle 2?
- b. Apakah pihak ACC membantu memberikan pelatihan kepada TMO Cycle 2?
- c. Boleh ceritakan persiapan apa saja yang kalian lakukan sebelum menelpon konsumen? Mungkin bisa persiapan fisik, mental, dan materi?
- d. Apakah Anda memperhatikan dan mempertimbangkan waktu yang tepat untuk menelpon konsumen?
- e. Apakah Anda memiliki *script* khusus telemarketing dan apa saja bagian penting dalam *script* khusus tersebut?
- f. Apakah Anda menguasai materi atau pengetahuan tentang produk yang akan Anda tawarkan?
- g. Apakah Anda menjelaskan dengan jujur kepada konsumen terkait kekurangan dan kelebihan produk yang Anda tawarkan?
- h. Apakah Anda memberikan perhatian penuh kepada konsumen saat sedang melakukan penelponan?
- i. Apakah Anda merasa kesulitan untuk menanggapi respon dan pertanyaan dari konsumen?
- j. Boleh ceritakan tentang proses persiapan dan cara Anda dalam menanggapi pertanyaan dari konsumen tentang informasi produk?

- k. Apakah Anda pernah menerima cerita keluhan dari konsumen?
- l. Boleh ceritakan tentang proses cara Anda dalam menanggapi keluhan dari konsumen?
- m. Apakah Anda menghubungi ulang para konsumen? Jika iya, Bagaimana kategori konsumen yang akan Anda hubungi lagi?

3. Gangguan dan Komunikasi Interpersonal yang Digunakan untuk Menghadapi Gangguan Komunikasi

Daftar pertanyaan tentang gangguan dan komunikasi interpersonal yang digunakan oleh TMO Cycle 2 dalam menghadapi gangguan komunikasi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Boleh ceritakan apa saja yang menjadi kesulitan atau gangguan komunikasi dalam menghadapi konsumen?
- b. Dari berbagai gangguan tersebut, manakah gangguan yang seringkali muncul saat menjadi seorang telemarketer?
- c. Dari berbagai gangguan tersebut, manakah gangguan terbesar saat menjadi seorang telemarketer?
- d. Apakah saat sedang menelpon konsumen sempat mengalami kendala teknis? Bagaimana cara Anda mengatasinya?
- e. Apa dan bagaimana cara Anda sebagai bentuk solusi Anda untuk menghadapi kesulitan atau gangguan dalam berkomunikasi dengan konsumen?

- f. Bagaimana cara Anda untuk menghadapi karakteristik konsumen yang beragam?
- g. *Skill* komunikasi apa saja yang menurut Anda penting ketika menelepon dan berinteraksi dengan konsumen?
- h. Bagaimana cara Anda untuk meningkatkan *skill* komunikasi telemarketing?
- i. Apakah dengan menerapkan *skill* komunikasi tersebut dapat membantu Anda untuk berkomunikasi dengan konsumen dan mencapai target penjualan?

2. TRANSKRIP WAWANCARA

P = Peneliti

N = Narasumber

1. Narasumber 1

P : Selamat sore, gimana nih kabarnya? Oh iya, terima kasih ya karena sudah bersedia untuk jadi narasumber penelitianku.

N : Halo Mbak Ester, oke siap mbak.

P : Nah kalau gitu aku mulai ya. Kamu udah berapa lama ya bekerja di Cycle 2?

N : 1 tahunan, kurang lebih aku masuk Cycle 2 dari Agustus 2021.

P : Oalah gitu, terus apa sih alasan kamu bergabung di Cycle 2?

N : Ya dulu aku bekerja di bagian AAV sampai melihat level pekerjaan dan peluang insentive yang lebih tinggi lalu bergabung di Cycle 2.

P : Sebelumnya itu apa kamu punya latar belakang pengalaman yang berkaitan dengan telemarketing?

N : Belum ada.

P : Terus boleh ceritain dong pengalaman yang paling mengesankan ketika menjadi telemarketer?

N : Awalnya saya takut pada telemarketing. Namun dengan keterbatasan yang saya punya, saya lihat peluang untuk maju dan saya memberanikan diri untuk maju, sehingga perjalanan saya mencoba untuk berjualan dari takut menghadapi *customer*, takut dengan target, sampai akhirnya saya bisa membuktikan kepada dunia bahwa saya bisa mencetak angka. Jadi dulu saya memang susah sekali untuk mendapatkan penjualan, tapi di hari ini saya sangat bangga kepada diri saya karena saya juga sudah menyumbangkan banyak angka untuk ACC.

P : Wah keren... karena ada perkembangan angka ya dan prosesnya itu yang bikin berkesan.

N : Betul... Khususnya berani mencoba untuk melawan kegagalan.

P : Nah, kalau tadi kan pengalaman yang berkesan, kalau sekarang boleh ceritakan kesalahan yang pernah kamu lakukan saat menjadi telemarketer?

N : Kesalahan saya saat menjadi seorang telemarketing ada pada ego saya, di mana pada saat itu saya ego terhadap semua teman-teman saya, atasan saya, bahkan ego terhadap dunia. Saya tenggelam dalam amarah bahkan

ego saya ingin menunjukkan siapa saya dalam dunia, sampai akhirnya saya memutuskan untuk menenangkan diri, meresh kembali isi kepala saya dan berpikir dengan tenang bahwa semua hal itu adalah sia-sia.

P : Oke...oke... kalau kesalahan menjadi telemarketer kepada konsumen?

N : Kesalahan terhadap konsumen pasti ada, khususnya salah memberikan simulasi perhitungan kreditnya. Namun yang lebih berbahaya adalah kesalahan dalam diri yang tidak bisa kita semua lihat.

P : Selain kesalahan simulasi hitungan, pernah tidak ya melakukan kesalahan dalam berkomunikasi dengan konsumen? Misalnya kesalahan dalam menjelaskan produk dan sebagainya?

N : Kesalahan dalam *product knowledge* akan selalu terjadi kepada telemarketer baru.

P : Oiya baik, apa saja sih aktivitas keseharian menjadi TMO Cycle 2?

N : Pagi hari menyiapkan diri untuk mem-*follow up customer* yang ada rencana untuk melakukan kredit. Lalu menawarkan *customer* yang sudah pernah mempunyai kontrak di ACC. Setelah selesai membuat *report* harian untuk laporan ke atasan.

P : Lalu pihak ACC apakah juga membantu memberikan pelatihan kepada TMO Cycle 2? Kalau iya, kira-kira apa aja sih bentuk pelatihannya?

N : Banyak pelatihan yang diberikan ACC, seperti lemon, *role play*, *training on boarding*, *sharing session*, dan evaluasi.

P : Jadi cukup membantu teman-teman Cycle 2 ya

N : *Support* yang diberikan sangat memadai tinggal maintenance apa yang sudah dimiliki saja.

P : Oke deh kalau gitu. Lalu ceritakan dong persiapan apa saja yang kalian lakukan sebelum menelpon konsumen? Mungkin bisa persiapan fisik yang berkaitan dengan menjaga kondisi tubuh, mental yang berkaitan dengan persiapan untuk meningkatkan keberanian, atau materi yang berkaitan dengan penguasaan materi atau informasi produk.

N : Yang pertama ya mempersiapkan air minum di meja, kedua membayangkan bahwa hari ini adalah hari terbaik sepanjang masa, ketiga ya mempersiapkan simulasi kredit, terus keempat ya mempersiapkan data *customer* yang akan di telepon.

P : Yang nomer pertama itu untuk menjaga suara ya?

N : Iya dong, minimal empat jam bisa fokus di meja jadi bisa kerja maksimal.

P : Oke deh. Lalu apakah kamu juga memperhatikan dan mempertimbangkan waktu yang tepat untuk menelpon konsumen?

N : Untuk saya pribadi tidak perlu, karena saat *customer* sibuk akan di telepon lagi nanti dan yang diangkat adalah potensi untuk mendapatkan prospek.

P : Oooo tetapi ada tidak ya dalam kondisi tertentu di mana ada waktu yang perlu dihindari ketika menelpon konsumen untuk melakukan penjualan?

N : Betul, karena untuk penawaran pertama kita hanya perlu *pitching* lima detik saja untuk mengetahui *customer* mempunyai *buying signal* atau tidak.

Sisanya kita sentuh dengan *broadcast*. Lalu saat *follow up* kita akan menyesuaikan dengan waktu *customer*.

P : Oalah begitu, saat menjadi telemarketer apakah kamu memiliki *script* khusus? Dan apa saja sih bagian-bagian yang penting dalam *script* itu?

N : Bahasa bisa dikemas dengan kreativitas masing-masing. Namun struktur *script* yang harus di perhatikan itu pertama salam pembuka, kedua perkenalan diri, ketiga kalimat sanjungan, keempat penawaran pertama, dan kelima itu penawaran kedua dengan menjelaskan kelebihan produk.

P : Oke siap siap... Lalu apa kamu juga menguasai seluruh materi atau pengetahuan tentang produk yang akan ditawarkan?

N : Yaa.... Itu adalah salah satu kunci keberhasilan dalam menjual. Namun butuh proses untuk menguasai semuanya.

P : Apa kamu juga menjelaskan dengan jujur kepada konsumen terkait kelebihan dan kekurangan produk yang ditawarkan?

N : Tidak sepenuhnya. Karena ada hal yang tidak ditanyakan dan juga tidak perlu diinfokan kepada *customer*. Contoh kredit kita menggunakan angsuran dibayar di muka. Namun kita hanya menjelaskan pembayaran tiga tahun dibayarkan 35 bulan saja dan pembayaran pertama langsung masuk di angsuran bulan ke dua.

P : Oalah begitu, lalu apakah kamu memberikan perhatian penuh kepada konsumen saat sedang melakukan penelponan?

N : Pasti, seberapapun *customer* acuh tak acuh maupun menolak saya akan mengupayakan semaksimal mungkin pelayanan pada *customer*.

P : Lalu apa kamu juga merasa kesulitan untuk menanggapi respon dan pertanyaan dari konsumen?

N : Pasti ada kesulitan yang terjadi di lapangan namun dengan koordinasi yang baik antara *customer*, atasan, dan cabang yang melayani langsung semua akan baik baik saja. Contoh *customer* lagi di luar kota dengan kondisi mobil di rumah orang tua, maka harus ada koordinasi pada *customer* dan cabang yang akan melakukan survey serta tanda tangan kontrak.

P : Oke.. oke... Boleh ceritakan tentang proses persiapan dan cara kamu dalam menanggapi pertanyaan dari konsumen tentang informasi produk?

N : Kalau saya karena sudah memiliki *database* mengenai ACC hanya mempersiapkan beberapa poin yang sudah saya sebutkan bagian air minum dan sebagainya, yang nomor 2 diganti tekad melawan kemalasan dalam berkeja hahahaha. Karena telepon dan *broadcast* itu hanyalah pekerjaan yang diulang-ulang jadi harus ada *management* waktu yang baik di samping persiapan diri.

P : Oke siap siap hahaha. Kalau gitu berarti karena pekerjaan itu sifatnya berulang jadi memudahkan kamu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan konsumen ya? Bisa diartikan belajar dari pengalaman begitu?

N : Betul, dan kreativitas dalam memodelkan *script*. Walaupun pada akhirnya *script* akan sama juga.

P : Apakah juga pernah menerima cerita keluhan dari konsumen?

N : Keluhan tentang proses kredit lama, proses ribet, sering ditawari kredit, bunga mahal, tidak dapat diskon yang besar, sering terjadi. Tapi itu hanyalah bentuk penolakan *customer* saja.

P : Kalau gitu ceritakan dong tentang proses cara kamu dalam menanggapi keluhan dari konsumen?

N : Yang pertama kenali masalah *customer*, seperti halnya *customer* mengeluhkan bahwa ini prosesnya lama, prosesnya ribet, seperti apa dulu ribetnya, apakah si *customer* mengalami penunggakan yang cukup lama atau memang kondisinya saat itu tidak bisa di proses cepat karena terhambat hari libur atau mungkin tanggal merah seperti hari raya, setelah kita mengetahui kendala dari *customer* lalu mulai lah kreativitas kita muncul seperti halnya “yaudah pak sama saya saja, kalau proses sama saya pasti dua hari cair kok pak”. Terus kayak sering ditawarin kredit, mengeluhkan “ah kenapa sih saya mulu ditawarin tiap hari ditelponin” “oh iya bu, karena kan ibu *customer* prioritas kami bu, ibu pembayarannya sangat baik sekali, sayang lho bu gak semua orang bisa ditawari seperti ini” contohnya seperti itu. Lalu ada yang bunga mahal tidak dapat diskon, untuk hal seperti itu kita lihat dulu apakah dia memang ingin mengajukan kredit dan minta diskon. Jika halnya seperti itu, bisa kita ajukan kepada atasan-atasan kita atau mungkin kepala cabang, kepala area untuk minta penurunan bunga atau mungkin dihilangkan asuransinya jiwanya. Tapi kalau memang *customer* ini membandingkan dengan bank itu tidak bisa disamakan perihal bunganya, memang akan lebih murah tapi kan kita juga

punya proses yang cepat. Jadi kenali dulu kendala *customer* seperti apa lalu kita melakukan proses penanganannya dengan tepat.

P : Mmm... berarti memang harus bisa melihat celah yang disesuaikan dengan kondisi konsumen ya.

N : Betul, karena kita juga menjual pelayanan.

P : Lalu apa kamu juga menghubungi ulang para konsumen? Jika iya, Bagaimana kategori konsumen yang akan dihubungi lagi?

N : Semua *customer* pasti akan dihubungi kembali namun jika diklasifikasi itu adalah *customer* yang memiliki rencana dan sudah bertanya simulasi kredit, *customer* yang hanya survey hitungan terbaik dari berbagai leasing maupun bank, *customer* yang ada rencana tapi masih sibuk dengan urusannya, *customer* yang mau ditawarkan namun belum ada rencana, dan *customer* tidak minat.

P : Oke siap siap. Lalu boleh ceritakan apa saja yang menjadi kesulitan atau gangguan komunikasi dalam menghadapi konsumen? Misalnya nih ada gangguan semantik itu gangguan yang berkaitan dengan bahasa, terus gangguan psikologis misalnya ada perasaan malu atau tidak percaya diri saat menelpon konsumen, atau rintangan budaya tentang perbedaan latar belakang budaya, ada rintangan fisik yang berkaitan dengan jarak yg berpengaruh pada sinyal, atau rintangan kerangka tentang adanya perbedaan persepsi antara TMO dengan konsumen atau mungkin gangguan lainnya.

N : Gangguan semantik itu untuk aku ya susah, aku cadel gabisa ngomong “r” mas tipe R, wah selesai udah. Tapi ya balik lagi kalau itu bahasanya kita ulang kita ulang ya *customer* paham, *customer* kan punya mobilnya yah jadi dia paham. Gangguan psikologis yang sering terjadi dua, yang pertama memang malu pada saat orang baru telepon atau mungkin orang sudah lama tidak telepon terus telepon dia akan kebingungan untuk mengartikan bahasanya, dia akan kebingungan cara untuk telepon dengan professional karena di situ akan ada beberapa demam panggung atau ketakutan dalam diri dia terutama anak yang minder memang dia itu takut untuk ngomong, takut diomelin, takut membuat kesalahan, takut dibentak itu bisa. Yang kedua biasanya itu berpengaruh pada mood, contoh *customer* gasuka ditelepon terus dia marah-marah dan sebagainya, di telepon selanjutnya itu akan berpengaruh pada emosional kita, jadi kita telepon tu masih membawa marah yang tadi, takutnya pas kita telepon *customer* itu nada bahasa dan intonasinya masih tinggi, takutnya begitu. Kalau memang ya bisa paling berhenti dulu, jangan telepon dulu, kendalikan emosi dulu disesuaikan sampai semuanya tenang baru ditelpon lagi. Kalau rintangan budaya itu untuk kaum milenial sendiri itu tidak ada, maksudnya saat kita telepon *customer* yang umurnya masih cenderung 30an pasti dia akan paham bahasa Indonesia dengan baik dan benar. Namun untuk *customer* yang agak sepuh mungkin dia sudah berumur 40 50 dan terbiasa dengan adat mereka itu memang akan menjadi kendala sedikit, karena kalau emang *customernya* enak diajak ngobrol itu dia pasti akan pakai bahasa Indonesia,

ya dicampur paling dikit sama bahasa daerah mereka. Lalu rintangan fisik untuk saat ini memang sedang banyak *trouble* ya untuk koneksi, sinyal itu juga berpengaruh pada koneksi. Jadi saat kita membuat laporan, menelpon *customer* dalam sepuluh menit, kita bisa menelpon lima *customer*, tapi karena ada kendala jadi hanya bisa telepon 3-5 *customer*. Untuk rintangan kerangka itu akan perbedaan persepsi antara TMO dan konsumen, tapi balik lagi karena di sini kita melakukan penjualan, penawaran, jadi *win-win solution* harus terjadi dengan menyamakan persepsi konsumen dengan persepsi kita sehingga deal itu akan terjadi.

P : Nah terkait dengan rintangan budaya akibat penggunaan bahasa daerah itu kira-kira pernah gak merasa kesulitan atau bingung akibat tidak mengerti maksud konsumen?

N : Dari 100 *customer* hanya ada satu atau dua jadi saat *customer* tidak mau menggunakan bahasa Indonesia hanya akan dianggap sebagai penolakan biasa.

P : Berarti penawarannya langsung diakhiri ya?

N : Di coba penawaran dulu, karena *customer* mengerti apa yang kita sampaikan namun menjawab dengan bahasa daerah. Kalau sudah tidak ada titik temu akan diakhiri.

P : Lalu pernah tidak kamu merasa memiliki prasangka negatif kepada konsumen? Jadi seperti merasa bahwa “oh ini konsumen pasti ga mau”

N : Pasti, kalau dia merasa nyaman dengan *treatment* kita dia pasti akan mengupayakan untuk berkomunikasi walaupun bahasa Indonesia akan dicampur bahasa daerah. Walaupun dia ada rencana pasti ACC terdekat akan bantu untuk proses juga jadi tidak ada kemungkinan komunikasi yang *miss* karena *customer* hanya bisa menggunakan bahasa daerah saja.

P : Oke, kira-kira pernah gak kamu merasa berkomunikasi satu arah dengan konsumen?

N : Pernah kalau *customer* mengangkat telepon tapi tidak merespon. Bisa saja dia akan ingat namaku.

P : Tetap berusaha melakukan penawaran ya berarti walaupun akhirnya diakhiri dan kemudian berharap si konsumen ingat tentang penawarannya?

N : Betul, karena nanti juga akan di *broadcast* dengan namaku.

P : Lalu dari beberapa gangguan komunikasi tersebut, mana yang paling seringkali kamu alami?

N : Yang paling sering hanya penolakan karena belum ada kebutuhan untuk kredit. Tapi *customer* seperti itu hanya untuk menunggu waktu dia butuh. Kendalanya perebutan dana antara sesama TMO ataupun seluruh karyawan ACC yang bisa menjual.

P : Kalau dari kelima gangguan tadi yang paling sering kamu alami yang mana saja?

N : Nomor lima, karena perbedaan persepsi mahal dan murah, proses mudah dan sulit, ataupun proses cepat dan lambat.

P : Berarti ini juga termasuk gangguan komunikasi yang terbesar ya bagi telemarketer.

N : Betul, bahkan persepsi kebutuhan yang bisa kita bantu dengan kebutuhan *customer* sendiri juga tidak setiap hari sama.

P : Apakah saat sedang menelpon konsumen juga sempat mengalami kendala teknis? Bagaimana cara kamu mengatasinya?

N : Kendala teknis yang terjadi pada sistem bisa diselesaikan dengan sabar dan kembali pada urutan prioritas pekerjaan. Contoh Gsheet untuk *report* mengalami *disconnected*, maka kita bisa telepon dan menggunakan catatan *offline*. Atau saat telpon yang *disconnected* kita menggunakan Whatsapp untuk berkomunikasi dengan *customer*.

P : Lalu apa dan bagaimana sih caramu sebagai bentuk solusi untuk menghadapi kesulitan atau gangguan dalam berkomunikasi dengan konsumen?

N : Dalam setiap komunikasi temukan pertanyaan atau pernyataan *customer* yang tidak bisa dijawab. Buat catatan agar tidak lupa, lalu cari tau cara menjawab pertanyaan ataupun pernyataan tersebut.

P : Nah, pastinya konsumen kan punya berbagai macam karakter, lalu gimana sih cara kamu untuk menghadapi karakteristik konsumen yang beragam?

N : Sebelum memahami karakter *customer*, pahami dulu karakter manusia, di mana manusia itu ingin didengar, ingin dibenarkan, ingin dipuji. Setelah kita kuasai hal tersebut, kita kuasai dulu diri kita di mana ada banyak ego, emosi yang itu mengganggu kita saat melakukan penawaran. Setelah kita bisa mengendalikan dua hal tersebut, barulah kita menghadapi sifat atau karakter dari *customer*, yang pemarah atau pendiam atau yang tidak suka basa basi, dari situ kita bisa mengenali contoh *customer* yang dia memang sifatnya lebih protektif ya kalau aku bilang karena apa, saat dia ditawarkan dan dia tidak suka maka nadanya akan meninggi dan dari hal tersebut kita bisa tahu nih oh *customer* ini sebenarnya cuman merendahkan kita dan di situlah kita sanjung, sanjung dia sampai akhirnya kita tahu apa kebutuhan dia nih dan di saat dia sudah berbicara apa kebutuhan dia nah kita masuk di situ. Sama halnya sama *customer* pendiam, *customer* pendiam ini memang gasuka banyak omong atau memang dia suka intinya aja ya langsung kita tawarin tapi respon dia masih seperti itu, ya kita *broadcast* WA, mungkin dia lebih suka ngetik ketimbang ngomong, dari situ kita bisa tahu nih “oh *customer* yang seperti ini akan di *treatment* seperti ini”. Nah dalam perjalanan itu pun memang kita perlu banyak menghafal atau mencatat *customer* seperti ini itu bisa ditelpon seperti apa. Yang paling gampang adalah saat kita bertemu dengan teman kita sendiri, di situ kita banyak

karakter yang bisa kita temui dan kita *treatment* dengan cara yang benar, karena mau berbagai macam apapun karakternya, saat kita kenal, kita akrab, itu akan gampang untuk kita menawarkan itu pasti lebih mudah.

P : Jadi pengalaman berinteraksi dengan konsumen membantu untuk memahami konsumen yang beragam ya berarti. Nah lalu *skill* komunikasi apa saja yang menurut kamu penting ketika menelpon dan berinteraksi dengan konsumen?

N : Pengalaman yang di pelajari ya, bukan pengalaman sebatas pengalaman hahaha. Untuk *skill*nya itu berani, ikhlas dari segala macam penolakan, negosiasi, mampu menggunakan majas hiperbola, antusiasme yang tinggi. Kelihatannya *softskill*, tapi di tahap *advance* cara penguasaannya berbeda hahaha.

P : Apa kamu juga menerapkan keterampilan berbicara saat menelpon konsumen? Misalnya ekspresi saat menelpon, artikulasi, intonasi dan sebagainya?

N : Cara komunikasi pasti beda karna kan kalo kita lihat presenter aja, komentator, MC pasti beda dong cara dia ngomong, cara dia bekerja. Saat dia bekerja keterampilan berbicara dipake, tahap berkomunikasi ditingkatkan, walaupun audiensnya berbeda-beda tapi tahap *skill* komunikasinya tetap lebih ditingkatkan. Saat kita ngobrol sama temen kita biasa, saat ngobrol dengan *customer*, atau pun saat kita ngobrol dengan atasan pasti beda, ada artikulasi yang diperjelas, intonasi, antusiasme kita

dalam penawaran, kalau ngobrol biasa ya kaya gini. Tapi beda saat kita menawarkan itu “ibu ini berhak mendapatkan pinjaman dana lho bu khusus buat ibu hari ini, ibu ini bisa dipake untuk usaha, lumayan bu buat tambahan harian, lumayan bu bisa untuk meningkatkan pemasukan ibu juga”. Itu kan bahasa yang ada intonasi, ada cara mengungkapkan dengan antusias, yang kaya gitu.

P : Oooo iya iya, lalu gimana sih cara kamu untuk meningkatkan *skill* komunikasi telemarketing tersebut?

N : Belajar dari buku dan pengalaman lalu mempraktikannya. Karena akan sangat disayangkan ilmu yang hanya disimpan dan dilupakan penggunaannya. Serta berani *trial error*.

P : Wuih, buku apa tuh? Masih ingat gak judulnya?

N : Buku How to Win Friends and Influence People. Dan juga buku yang sebenarnya di dasari ilmu stoicism tapi dikemas dengan bahasa penulis judulnya Sebuah Seni untuk Bersikap Bodo Amat dengan ilmu tersirat.

P : Wih menarik nih, apa yang kamu dapat dari buku itu dalam hal komunikasi dengan orang lain?

N : Bagaimana cara mendengar dan itu berpengaruh saat saya berkomunikasi terhadap orang tua saya dan seluruh orang tua di luar sana. Walaupun tidak 100% keadaan bisa selalu dikendalikan karena saya introvert hahaha.

P : Ini berarti juga bantu untuk tidak berkomunikasi satu arah ya.

N : Betul, karena diam itu juga bagian dari komunikasi.

P : Pertanyaan terakhir nih, apakah dengan menerapkan *skill* komunikasi tersebut dapat membantu kamu untuk berkomunikasi dengan konsumen dan mencapai target penjualan?

N : Membantu, khususnya dalam kehidupan saya juga bahkan kehidupan beberapa orang hahaha

P : Oh iya, menurutmu seberapa penting sih kata maaf dan terima kasih saat berkomunikasi dengan konsumen melalui telepon?

N : Penting sekali karena itu berpengaruh pada *attitude* kita.

P : Oke... rata-rata valid kamu per bulan berapa ya?

N : 20 mbak.

P : Wah banyak ya, oke makasih ya untuk waktunya. Maaf kalau pertanyaannya panjang karena ada beberapa pertanyaan tambahan untuk menanggapi jawaban kamu hahaha dan jawaban kamu juga udah sangat menjawab pertanyaan.

N : Sans aja mbak hahaha semoga sukses mbak.

2. Narasumber 2

P : Sore, gimana kabarnya? Makasih ya sudah mau bantu penelitianku.

N : Hallo Ester, kabar baik Puji Tuhan, kamu gimana?

P : Puji Tuhan baik juga, oke aku langsung mulai ya. Kalau boleh tahu kamu udah berapa lama sih bekerja menjadi TMO Cycle 2?

N : Aku mulai gabung di TMO C2 udah sekitar satu tahun enam bulan terhitung dari Juni 2021.

P : Apa sih alasan kamu bergabung di TMO C2?

N : Dulu awalnya karena mencari sambilan selama kuliah ternyata setelah masuk C2 malah bisa untuk melatih komunikasi dengan orang lain dan belajar untuk negosiasi.

P : Apakah sebelumnya pernah memiliki latar belakang pengalaman menjadi telemarketer?

N : Belum ada sama sekali, jadi masuk C2 jadi pengalaman untuk pertama kali menjadi telemarketing.

P : Kalau gitu selama menjadi bagian dari C2, boleh ceritakan pengalaman mengesankan selama ini?

N : Selama di C2 itu banyak sih, karena aku di C2 gak cuma dapat rekan kerja tapi juga keluarga yang hangat tentunya yang sangat membantu ketika kami para mitra saling kesusahan atau kesulitan, ketika sedang ada pertanyaan dari *customer*, nego atau mungkin pertanyaan-pertanyaan dari *customer* segala macam seperti itu jadi sangat membantu. Jadi ngerasa gak sendiri karena ada teman-teman sekaligus jadi keluarga di C2 terus yang

mengesankan lagi tu karena bisa lebih jadi orang yang komunikatif karena kan di sini di C2 sangat amat dibutuhkan komunikasi karena kan kita telpon *customer* untuk menawarkan produk multiguna jadi selama di C2 komunikasinya lebih bagus untuk negosiasi dengan orang. Sebenarnya banyak banget sih pembelajarannya dan mengesankan ya itu dapat keluarga, bisa melatih *skill* komunikasi, negosiasi, terus juga di kantor dapet acara-acara yang menarik, fasilitas bagus, ruang kerja nyaman, begitu.

P : Nah, kalau tadi kan pengalaman yang berkesan, kalau sekarang boleh ceritakan kesalahan yang pernah kamu lakukan saat menjadi telemarketer dan berkomunikasi dengan konsumen?

N : Untuk kesalahan-kesalahan sih pasti ada ya, terutama dulu ketika pertama kali *join* di C2, kesalahan yang umum yang pernah aku lakukan itu pernah salah ngasih perhitungan tentunya, entah untuk kesalahan memberikan harga mobil, memberikan DP, memberikan bunga, terus pernah juga untuk tenornya gak diganti jadi bisa salah semuanya hitungannya, itu memang fatal sih, tapi darisitu bisa satu-satu memperbaiki kesalahan. Karena kan juga masih baru jadi kadang kurang teliti, terburu-buru, terus selain itu juga ketika nge WA *customer*, pernah juga salah menyebut nama, jadi gak diganti namanya, nama *customer* yang sebelumnya malah dipake untuk *customer* yang akan di WA sekarang kayak gitu. Terus kalau pertanyaan pernah ya kadang kalau gak fokus gitu jawabnya juga kurang memuaskan *customer*, karena juga dulu *product*

knowledge-nya kurang oke jadi ketika *customer* nanya hal yang kita gak tau, kita memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan *customer* dan itu salah fatal begitu. Dulu sih pernah ditanya tentang *take over* tapi kan karena aku gak tau ya jawabnya asal, setelah aku *cross check* ke TL ternyata jawabanku salah dan itu jadi pelajaran buat aku untuk belajar lagi tentang *product knowledge*.

P : Oke siap siap, lalu apa saja sih aktivitas keseharian menjadi TMO C2?

N : Keseharian TMO C2 tu pagi masuk *ontime* jam 8 pagi sudah mulai *call*, nanti sekitar jam 8.30 TL akan mulai briefing untuk evaluasi hasil kerja hari kemaren. Briefing sekitar 15-30 menit, setelah itu lanjut kerja sampai jam 12, istirahat jam 12-13, masuk untuk slot 2 jam 13-17. Jam 17.00 pulang deh.

P : Nah, pihak ACC apakah juga membantu memberikan pelatihan kepada TMO C2? Kalo iya, kira-kira apa aja sih bentuk pelatihannya?

N : Pastinya ngasih dong, selama ini TMO C2 udah diberi pelatihan melalui zoom dengan pemateri yaitu TMO Jkt, Pak Hendry dan Pak Syawal.

P : Ooo gitu ya, oke boleh ceritakan persiapan apa saja yang kamu lakukan sebelum menelpon konsumen? Mungkin bisa persiapan fisik, mental, dan materi?

N : Persiapan fisik itu pasti harus cukup tidur, cukup makan, cukup istirahat, cukup minum, terus juga mood harus baik karena kan *handle customer* yang beraneka ragam untuk karakternya ya kan banyak,

jadi mood kita itu harus baik sebagai telemarketing gak boleh terlalu terbawa mood biar terkontrol pekerjaan selama seharian *full*. Kalau untuk materi biasanya karena sudah terbiasa untuk telepon jadi udah tau *script* atau mungkin harus ngomong apa saja ke *customer* dan biasanya penawaran itu tergantung dari kondisi *customer* entah *close* atau *open* itu *script*-nya akan beda.

P : Oke baik, lalu apa kamu juga memperhatikan dan mempertimbangkan waktu yang tepat untuk menelpon konsumen?

N : Untuk waktu tidak terlalu diperhatikan sih, karena TMO C2 punya target *call*.

P : Tapi ada tidak ya dalam kondisi tertentu di mana ada waktu yang perlu dihindari ketika menelpon konsumen untuk melakukan penawaran?

N : Oh ada tentunya, ketika hari jumat jam-jam menjelang jumat karena rata-rata *customer* ACC mayoritas beragama Muslim.

P : Oke siap. Nah saat menjadi telemarketer di TMO C2, apa kamu juga memiliki *script* khusus? Dan apa saja sih bagian-bagian yang penting dalam *script* itu?

N : Kalo *script* sendiri itu punya sih cuma tidak tertulis karena udah diluar kepala. Bagian yang terpenting: pembuka salam, perkenalan, konfirmasi nama dan kontrak serta unit, melakukan penawaran, negosiasi, penutup.

P : Karena udah terbiasa juga ya jadi udah hafal. Apa kamu juga menguasai keseluruhan materi atau pengetahuan tentang produk yang akan ditawarkan?

N : Betul sekali, untuk penguasaan materi dan produk sudah cukup namun jika ada hal yang kurang biasanya aku nanya ke teman-teman yang lain.

P : Terus apa kamu menjelaskan dengan jujur kepada konsumen terkait kekurangan dan kelebihan produk yang ditawarkan?

N : Ya tentu saja, sebagai telemarketing aku biasanya menjelaskan secara jujur sesuai kondisi *customer*.

P : Nah apa saat melakukan penelponan kamu juga memberikan perhatian penuh kepada konsumen?

N : Biasanya perhatian akan disampaikan ketika penutup dengan memberikan doa untuk sehat selalu.

P : Berarti bentuk perhatian juga diungkapkan kepada konsumen ya. Sebagai telemarketer, kamu merasa kesulitan gak sih untuk menanggapi respon dan pertanyaan dari konsumen?

N : Iya, betul sekali. Jujur terkadang masih kesusahan ketika pertanyaan itu baru didapat untuk pertama kali. Namun untuk pertanyaan yang sudah sering ditanyakan biasanya sudah mudah untuk menjawab ke konsumen.

P : Nah kalau gitu boleh ceritakan tentang proses persiapan dan cara kamu dalam menanggapi pertanyaan dari konsumen tentang informasi produk?

N : Untuk persiapan sama seperti memulai kerja sih. Cara untuk menanggapi biasanya dengan tetap tenang dan mendengarkan terlebih dahulu apa yang konsumen sampaikan setelah itu baru kita respon pertanyaan dari mereka.

P : Berarti kuncinya jangan panik ya, terus pernah gak menerima cerita keluhan dari konsumen?

N : Iya, kalau panik nanti gabisa mikir hehehe. Sering sekali, tapi ditanggepi secara wajar aja karena bukan tugas telemarketing untuk mendengarkan keluhan.

P : Hahaha iya ya, gimana sih cara kamu menanggapi keluhan-keluhan konsumen itu?

N : Caranya dengan menjawab sepengetahuan kita saja dan mengarahkan ke *call center*.

P : Oalah gitu yaa, terus apa kamu juga menghubungi ulang para konsumen? Jika iya, gimana sih kategori konsumen yang akan dihubungi lagi?

N : Biasanya ngehubungi ulang ketika waktu kerja masih tersisa sih karena ngejar target *call* dulu itu. Kategorinya yang tidak diangkat tentunya dan permintaan konsumen untuk dihubungi lagi.

P : Oke oke. Boleh ceritakan apa saja sih yang menjadi kesulitan atau gangguan komunikasi dalam menghadapi konsumen?

N : Kalo kesulitan sih biasanya karena konsumen sudah terlalu sering dihubungi sehingga konsumen cenderung malas untuk mendengarkan dan langsung mematikan telpon, perbedaan bahasa juga mempengaruhi. Dan sinyal jaringan yang sangat berpengaruh.

P : Perbedaan bahasa daerah ya? Terus gimana cara menghadapinya?

N : Biasanya jujur untuk bilang kalau tidak terlalu bisa bahasa daerah sehingga meminta konsumen untuk berganti bahasa Indonesia.

P : Oke deh kalau perbedaan persepsi antara TMO dan konsumen juga pernah mengalami?

N : Pernah sih beberapa kali, karena mungkin ada penjelasan TMO yang kurang jelas kepada konsumen namun biasanya langsung dikonfirmasi lagi.

P : Mmm gitu, nah tekamarketing kan berkaitan erat sama komunikasi sih, pernah gak sih ketika bertelepon dengan konsumen tapi mengalami kesalahan dalam ucapan?

N : Hehe pernah sekali dong, karena faktor tergesa-gesa juga dan kurang fokus jadi bikin salah ucap.

P : Oke, pernah gak sih merasa tidak percaya diri saat menepon konsumen? Atau mungkin terganggu karena mood?

N : Yes, pernah tentunya hehe terkadang terpengaruh mood jadi pekerjaan jadi lambat dan kurang bersemangat.

P : Dari berbagai gangguan komunikasi yang udah disebutin tadi, mana sih yang paling sering terjadi?

N : Hmm lebih seringnya yang kesalahan dalam ucapan hehe.

P : Berarti itu juga jadi gangguan terbesar ya. Apakah saat sedang menepon konsumen sempat mengalami kendala teknis? Bagaimana sih cara mengatasinya?

N : Hehe iya benar haha. Kendala teknis pasti ada sih, biasanya kendala dr quiros jadi gabisa dipakai untuk telpon. Cara ngatasinnya ditunggu sampai normal.

P : Terus apa dan bagaimana cara kamu sebagai bentuk solusi untuk menghadapi kesulitan atau gangguan dalam berkomunikasi dengan konsumen?

N : Biasanya solusinya ya dengan terus berusaha untuk mencoba terus berkomunikasi dengan *customer*.

P : Oalah gitu, kalau cara kamu untuk menghadapi karakteristik konsumen yang beragam bagaimana?

N : Biasanya berusaha tetap bersikap seperti biasa dan santun sih.

P : Oke terus *skill* komunikasi yang menurut kamu penting ketika menelpon konsumen ada apa aja sih?

N : *Skill* yang terpenting menurutku itu mampu mendengarkan konsumen dengan seksama, percaya diri untuk nelpon, dan menjelaskan ke konsumen secara cukup tidak terlalu bertele-tele.

P : Lalu gimana caranya untuk meningkatkan *skill* tersebut?

N : *Skill* dapat ditingkatkan dengan terus berlatih sehingga terbiasa.

P : Nah kira-kira dengan *skill* komunikasi tersebut, bisa membantu untuk mencapai target penjualan gak?

N : Yap, tentunya ada efek positif yang akan diterima dengan menerapkan *skill* komunikasi.

P : Oke yang terakhir nih, berapa sih rata-rata valid perbulan?

N : Gak tentu sih Ester, ya anggep aja satu karena gak konstan validnya.

P : Oke terima kasih ya untuk waktunya, *sorry* banget pertanyaannya banyak.

N : Oke Ester. *Anytime* ya. Gapapa kok, semoga bisa membantu ya jawaban-jawabanku. Semangat nyelesain skripsinya ya. Semoga lancar selalu. GBU.

P : Amin, GBU *too*.

3. Narasumber 3

P : Malam, *sorry* ganggu waktu *weekend*-nya ya, gimana kabarnya? Terima kasih ya karena sudah mau bersedia membantu aku jadi narasumber penelitianku.

N : Hai Ester, Alhamdulillah kabarku baik, kamu apa kabar?

P : Puji Tuhan juga baik hehehe. Kalau gitu aku langsung mulai aja ya.

N : Iya boleh Ester.

P : Kamu udah berapa lama nih bekerja di TMO C2?

N : Aku masuk ACC di bulan Juni 2021 Ester, jadi kurang lebih udah 1,5 tahun an lah ya jadi TMO C2.

P : Lumayan lama ya berarti. Terus apa alasan kamu untuk bergabung di TMO C2?

N : Sebenarnya alasan klasik sih ya, sebagai mahasiswi yang sudah lulus sejak akhir tahun 2019 dan kemudian di sambut dengan pandemi, tentu aku kesulitan dalam mendapat pekerjaan, meski beberapa kali masuk ke

perusahaan tertentu aku juga hanya bertahan sampai minimal kontrak yaitu 3 bulan aja. Karena setelah di evaluasi lagi tujuanku mau ke mana dan lebih suka ke bidang apa, ternyata aku suka berbisnis nih. Aku suka nawar-nawarin produk tapi jujur aku masih belum terbiasa dengan target. Sampai pada akhirnya aku di kasih info loker di ACC sama salah satu temen pelatihan bank syariah dan masuklah di tema C2, aku ngerasa awal-awal kerjaan ini nyaman untuk di jalani dan cukup menantang juga. Banyak hal tentang marketing yang aku dapet nih Ester sampai sekarang ini. Jadi alasan aku bergabung di Tema C2 ya untuk memperdalam pengetahuan marketing nya supaya kedepannya bisa aku aplikasikan ke kehidupan aku sendiri saat aku bisa mendirikan bisnis.

P : Jadi, telemarketing ternyata juga membantu kamu dalam berbagai hal ya. Nah, pernah gak nih punya latar belakang pengalaman sebelumnya yang berkaitan dengan telemarketing?

N : Untuk pengalaman sebelumnya belum ada Ester, baru di Tema C2 ini aja.

P : Kalau gitu, pengalaman apa sih yang berkesan dengan konsumen saat menjadi TMO C2?

N : Yang berkesan lebih ke diskusi hitungan sih sama konsumen hahaha soalnya kadang alasan dia menolak itu lucu-lucu seolah tahu banget nih tentang kondisi perekonomian Indonesia contohnya isu resesi tahun 2023. Tapi ketika kita gali lebih dalam lagi kebutuhannya dan dikasih gambaran pakai hitungan pinjaman dana multiguna keliatan goyah hehehe buat aku

itu seru sih. Ditambah lagi *case* aku yg masih berjalan sampai sekarang ini, udah tinggal tanda tangan kontrak dari tanggal 7 November tapi tiba-tiba *customer*-nya minta ganti unit, aku telepon beliau butuh dana cepet untuk pelunasan tanah, aku negosiasi sampai bisa *fix* unit nya dan lagi-lagi tinggal tandatangan *customer* keluar kota hahaha sampai sekarang belum valid, jadi kalau nelpn isinya cuma nge-*push* dan cari solusi terbaik aja sih.

P : Kalau gitu berarti bisa dapet celah dan cara mengkomunikasikan celah itu ya yang bikin berkesan hehehe. Waduh, berarti jadi telemarketing juga harus sabar dan rajin *follow up* konsumen ya. Terus bisa cari solusi untuk konsumen juga dong.

N : Nah bener banget Ester hehehe. Harus pol sabarnya, meski pada kenyataannya gemes banget ya, cuma sekarang ini sistemnya kalau kita ada waktu luang, kita nge-*blast* sendiri di luar *blast* nya tim 2.

P : Oke siap siap. Nah kalau tadi kan pengalaman yang berkesan nih, kalau kesalahan komunikasi yang pernah kamu lakukan saat jadi TMO C2 itu apa aja ya?

N : Kalau kesalahan aku lebih sering ke hitungan juga sih Ester, karena buru-buru ngitungnya jadi kadang ada bagian yang lupa diganti jadi apa yang disampaikan pun salah.

P : Berarti itu termasuk kesalahan dalam memberikan informasi produk ya?

N : Menurutku iya Ester, karena kita menyampaikan terkait keunggulan produk multiguna salah satunya bunga terjangkau, kalau hitungan kita salah ya dampaknya bisa buat *customer* jadi gak minat.

P : Mmm oke oke, terus apa aja sih aktivitas keseharian TMO C2?

N : Ya seperti aktivitas telemarketing pada umumnya sih Ester hehehe pagi kita sampe ruangan ngidupin komputer, nyiapin aplikasi dan data terus lanjut briefing dilanjut nge-call customer, kirim hitungan ke WA. Paling tambahannya, meski gak semuanya melakukan ini ya, kadang aku sempetin buat *blast* penawaran ulang ke customer tidak minat lewat WA. Karena masalah *blast* ini sebenarnya udah ada tim 2 yang ngelakuin, tapi kalau aku bedanya kirim penawaran ulang bukan *follow up* pengajuannya.

P : Oalah tetep berusaha ya. Nah apa pihak ACC juga membantu memberikan pelatihan kepada temen-temen TMO C2?

N : Iya membantu, beberapa kali kita ada pelatihan dan sesi *sharing* juga.

P : Boleh ceritakan persiapan apa aja sih yang kamu lakukan sebelum menelpon konsumen? Mungkin bisa persiapan yang berkaitan dengan fisik, mental, dan materi?

N : Persiapan yang sering dilakukan sebelum menelpon customer lebih ke persiapan mental ya... Karena *case* masing-masing customer juga kan berbeda, respon dari penawaran yang kita sampaikan juga banyak yang gak sesuai. Jadi gimana kita bisa bertahan dengan *case-case* ini aja supaya tersolusikan dengan baik.

P : Kalau persiapan fisik dan materi kurang jadi prioritas ya?

N : Persiapan fisik dan penguasaan materi juga sama pentingnya sih hahaha tapi seiring berjalannya waktu itu jadi gak prioritas. Karena di lapangan kamu tahu sendiri gimana Ester hahaha.

P : Hahaha biasanya persiapan fisik dan materi yang dilakukan itu gimana?

N : Persiapan fisik kita selalu mengusahakan untuk cukup minum air putih ya krna kerjanya selalu duduk jadi biar ga ambeien hahaha kalau konsumsi vitamin juga udah gak pernah sekarang. Persiapan dari materi dimulai dari paham produk yang mau dijual dan fitur-fitur yang dipakai apa aja. Kalau aku terkadang membuat poin-poinnya juga di sticky note, info atau promo tambahan untuk *push customer*.

P : Oalah oke-oke. Apa kamu juga memperhatikan dan mempertimbangkan waktu yang tepat untuk menelpon konsumen?

N : Iya.

P : Kategori waktu yang dihindari itu kapan aja ya?

N : Kalau aku waktu yang sangat sering aku hindari di hari Jumat jam 11-12. Kadang kalau *customer*-nya perempuan aku bisa *call*, tapi kalau *customer*-nya laki-laki dan gak ada co borrower nya, aku lanjut ke blast WA.

P : Ooo karena jumatannya.

N : Iya betul. Ya meski gak semuanya yang di telepon solat Jum'at sih, tapi biasa yang aku lakuin kayak gini.

P : Oke oke. Terus kamu punya tidak sih *script* khusus telemarketing dan apa saja bagian penting dalam *script* khusus tersebut?

N : Punya banget hahaha. Bagian pentingnya kalau *customer open* ya aku akan menawarkan diskon sisa hutangnya dan *customer close* ya aku akan menyampaikan bunga yang lebih rendah dari kontrak sebelumnya.

P : Kalau dilihat dari struktur pesan, susunan pentingnya bagaimana?

N : Susunan pentingnya di pengenalan diri ulang dan info hitungan untuk *customer* WL, selain itu keuntungan *customer* kalau mau pengajuan lewat aku.

P : Apa kamu menguasai materi atau pengetahuan tentang produk yang akan ditawarkan?

N : InsyaAllah aku paham, karena kalau gak paham akan sulit untuk nge-*Push customer*-nya juga hahaha.

P : Nah kamu kan udah menguasai produk, kira-kira apa kamu menjelaskan tentang kelebihan dan kekurangan produk ke konsumen?

N : Untuk menjelaskan kelebihan dan kekurangan ke *customer* pastinya aku lakukan hanya saja ke beberapa orang aja. Karena penawaranku sekarang lebih menjuru ke konfirmasi, ya SKSD gitu deh seolah-olah sebelumnya pernah telpon dan kasih info program multiguna jadi ketika aku udah ada *feel* dari jawaban *customer* atas konfirmasi singkat itu, akan aku teruskan ke hitungan dan jelasin kelebihan kekurangannya. Contoh kondisi *customer* nya *open* ya.. aku telpon dengan menyampaikan "halo pak, saya yang sebelumnya pernah telepon untuk menginfokan program *top up* multiguna dari kontrak bapak yang Avanza, kira-kira sudah ada pertimbangan untuk diajukan belum ya mumpung prosesnya lagi mudah banget pak?". *Customer* jawab "tidak" berarti langsung coba tawarkan hitungan. Masih tetep jawab "tidak" aku akan *closing*. *Customer* jawab "ya/masih pikir²" berarti lngsung kasih hitungan sambil kasih iming-iming

diskon. Bunga dan angsuran nya lebih kecil dari kontrak sebelumnya atau kasih potongan sisa hutang (tapi ini hanya sekedar permainan dlm hitungan aja). Lanjut dari jawaban "ya/masih pikir2", biasanya ada momen dimana angsuran akan lebih besar dari kontrak lama yang buat *customer* akan mundur, di sini aku akan ngobrol lebih *deep* tentang kebutuhan *customer* sambil kasih gambaran kelebihan (ada tambahan dana untuk modal usaha) sampai kekurangannya (angsuran sedikit naik tapi disampaikan adanya klaim pembatalan asuransi).

P : Oke deh, terus saat menelpon konsumen apa kamu juga memberikan perhatian penuh kepada konsumen?

N : Untuk *customer* yang bersedia mendengarkan penawaran dan tidak langsung menutup teleponnya, tentu aku banyak memberikan perhatian hahaha.

P : Mmm begitu, lalu apa kamu merasa kesulitan untuk menanggapi respon dan pertanyaan dari konsumen?

N : Sejauh ini gak terlalu sulit selagi jaringannya oke.

P : Oke deh kalau gitu boleh dong ceritakan tentang cara kamu dalam menanggapi berbagai pertanyaan dari konsumen?

N : Ketika *customer* menanyakan tentang informasi produk setelah penawaran, maka perlu mengkonfirmasi bagian mana yang belum bisa dipahami. Setelah mengetahui bagian tersebut, maka selanjutnya yang dilakukan adalah menjelaskan ulang dengan bahasa yang lebih sederhana dan mudah dimengerti. Contohnya penawaran Top Up pencairan dana. Jika

dibahasakan ulang ke *customer* menggunakan istilah "perpanjangan tenor dengan *customer* mendapatkan dana bersih yg sudah di kurangi dengan sisa cicilan berjalan"

P : Nah selain itu, pernah gak kamu menerima cerita keluhan dari konsumen?

N : Pernah sih.

P : Ceritakan dong tentang cara kamu dalam menanggapi keluhan dari konsumen?

N : Dengarkan terlebih dahulu keluhan yang disampaikan *customer*, kemudian menyampaikan permintaan maaf apabila *customer* mendapati kendala selama menjalin kontrak dengan ACC. Setelah itu dilanjutkan dengan memberi edukasi kepada *customer* untuk menyampaikan keluhan tersebut ke *customer care* ACC sebab sebagai telemarketing tidak dapat memberikan solusi banyak atas keluhan *customer*.

P : Oke oke oke. Lalu apa kamu menghubungi ulang para konsumen? Kalau iya, gimana sih kategori konsumen yang akan kamu hubungi lagi?

N : Iya. Kategori *customer* yang dihubungi ulang di hari yang sama hanya fokus ke *result follow up uncontacted* ya selain salah sambung. Kalau menghubungi ulang jika jatah data sudah habis, semua kategori.

P : Nah terus, apa saja sih yang menjadi kesulitan atau mungkin gangguan komunikasi dalam menghadapi konsumen?

N : Kesulitan untuk memahami bahasa *customer*. Kalau gangguan itu tentang menggali kebutuhan saat *customer* tidak antusias merespon

penawaran, membuat *customer* bisa mendengarkan penawaran meskipun sudah sering dihubungi.

P : Ceritakan lebih lanjut dong tentang kesulitan untuk memahami bahasa konsumen dan gimana sih cara kamu untuk menghadapi hal tersebut?

N : Aku bantu jelasin ya, jadi karena untuk saat ini di tema multiguna sudah ada perluasan wilayah, *customer* yang berikan penawaran bisa jadi ada yang di wilayah luar Jawa juga. Ketika kita menggali kebutuhan *customer* dan mereka menggunakan bahasa daerah, hal yang aku lakukan adalah menyampaikan penawaran dengan Bahasa Indonesia berlogat sampai ke mencoba memperjelas jawaban *customer* dengan mendiktekan atau pengulangan kalimatnya. Kurang lebih begitu Ester.

P : Oke, pernah dapat konsumen yang pakai bahasa mana sih?

N : Bahasa Aceh sama Padang.

P : Oalah begitu, terus dari berbagai gangguan tersebut, mana sih yang paling sering kamu alami?

N : Semua gangguan yang aku sebutkan setiap hari selalu terjadi.

P : Terus gangguan yang terbesar menurut kamu yang mana?

N : Gangguan terbesarnya mencari topik menarik ke *customer* yang sering dihubungi supaya mau mendengarkan penawarannya lagi dan bisa digali kebutuhannya.

P : Nah, ketika menelpon konsumen apa juga sempat mengalami kendala teknis dan kalau iya, gimana sih cara kamu untuk mengatasinya?

N : Beberapa kali sempat mengalami kendala jaringan yang membuat *customer* tidak lagi bisa merespon penawaran kita kayak suaranya hilang. Cara mengatasinya tetap tenang dan menunggu jaringan stabil, sebab kendala jaringan biasanya menyebabkan telpon tidak bisa diakhiri. Setelah telpon bisa diakhiri, jika memungkinkan perlu dilakukan telpon ulang untuk mengkonfirmasi penawaran.

P : Terus selain itu, gimana sih cara atau solusi kamu dalam menghadapi kesulitan atau gangguan komunikasi yang tadi udah kamu sebutkan?

N : Biasanya menyampaikan ke *customer* untuk mengulangi pertanyaan secara perlahan dilanjutkan dengan konfirmasi berulang hingga *customer* bisa memahami informasi yg kita sampaikan. Selain itu aku sering menerapkan SKSD yang seolah sudah pernah menghubungi *customer* sehingga bisa langsung dilanjutkan untuk menggali kebutuhan *customer* nya saja.

P : Oke deh siap, terus kan pasti konsumen memiliki karakter yang berbeda-beda, terus gimana sih cara kamu untuk menghadapinya?

N : Ya tetap tenang, sabar, dan berani sih.

P : Nah terus kira-kira menurut kamu apa saja sih *skill* komunikasi yang diperlukan ketika menelpon konsumen?

N : Menjadi pendengar yang baik, berempati, solutif, menyampaikan dengan nada bicara yang menyenangkan nan tegas, mencari topik pembicaraan yang menarik.

P : Oke oke, kalau gitu gimana sih cara kamu untuk meningkatkan *skill* komunikasi tersebut?

N : Tetap berani berbicara dengan *customer*, jaga mood, jaga intonasi bicara, sering diskusi dengan rekan satu tim.

P : Nah terus dengan menerapkan *skill* komunikasi tersebut, kira-kira apakah itu membantu kamu untuk mencapai target penjualan?

N : Alhamdulillah sangat membantu banget.

P : Oke pertanyaan terakhir nih, berapa sih rata-rata valid kamu setiap bulan?

N : Per bulan banget nih? Hahaha ya kurang lebih dua valid ada sih tiap bulan, yang lain *cancel*.

P : Oke terima kasih banyak ya karena jawabannya sangat membantu penelitianku.

N : Sama-sama Ester. Semoga lancar selalu skripsiannya ya.

P : Amin.

4. Narasumber 4

P : Hallo, gimana kabarnya? Baik?

N : Alhamdulillah baik.

P : Ini aku mau berterima kasih dulu karena kamu sudah bersedia jadi narasumberku.

N : Iya oke oke hehehe

P : Nah aku mulai sekarang ya, kamu udah berapa lama sih kerja di Cycle 2?

N : Emmm aku sebenarnya gak ngitung cuman dari pertengahan Februari tanggal 14, berarti 11 bulan kalau pertengahan Januari besok.

P : Oke berarti hampir setahun ya. Nah sebenarnya udah ada pengalaman sebelumnya gak sih? Maksudnya pengalaman latar belakang jadi telemarketing sebelum di ACC?

N : Never, tidak pernah.

P : Jadi ini baru pertama kali ya. Terus apa sih alasan kamu bergabung di ACC? Jadi TMO lagi.

N : Hehehe ya karena keuangannya, karena saya tidak tahu lagi harus melamar pekerjaan di mana jadi kebetulan teman saya juga salah satu HC di situ ya aku sih niatnya cuman cari pandangan aja tapi kok dia tu meyakinkan aku gitu “kamu cocok, bisalah kalau untuk urusan ngomong-ngomong kaya gini kayanya bagus deh” jadi yaudah akhirnya aku coba dan oke lah aku bisa enjoy dengan pekerjaan ini.

P : Ooo berarti hasil rekomendasi dari teman juga ya. Terus ceritain dong pengalaman yang paling mengesankan buat kamu waktu jadi telemarketing?

N : Oke... paling ya klise sih, paling ya ketika aku mendapatkan valid yang waktu itu pernah dua bulan dapet lima valid itu kaya ya seneng gitu lho karena artinya aku dapat uang jajan tambahan gitu hehehe ya kayak ada *achievement* nya gitu lho karena kalau dapat valid ya rasanya tenang,

senang, ya aku merasa kalau bisa gitu lho tapi *sometimes* kalau aku gak valid itu kaya *inseure* juga.

P : Wah berarti kalau dapat valid ke depannya merasa tertantang gitu ya?

N : Iya senang, kayak aku bisa nih di sini jadi aku merasa cocok dan di sini nih tempatnya. Tapi ya ada *up and down* jugalah pasti, kalau pas lagi *down* itu “aduh aku bener di sini gak yah” kaya gitu.

P : Oke oke. Rata-rata dapat valid setiap bulan itu berapa sih?

N : Aduh, lupa lagi aku. Ya mungkin kalau di rata-rata sekitar 2-3 selama 11 bulan ini.

P : Oooo, nah tadi kan pengalaman yang paling berkesan ya, kalau kesalahan yang pernah kamu lakukan waktu jadi telemarketer apa sih?

N : Eeee... paling aku salah untuk simulasi perhitungannya gitu.

P : Berarti salah kasih info produk ya?

N : Iya tapi sebenarnya aku gak tahu ini salah datanya cuman yang aku temukan di Gsheet yang aku kerjain itu kontraknya udah *close* dan pas aku *call* itu si *customernya* gak bilang apa-apa, tapi ternyata pernah kayak si *customer* ini masih ada kontrak dan ada *prepaymentnya* cuman aku ngitungnya gak pakai *prepayment* jadi akhirnya dia gak jadi pengajuan waktu itu karena pencairannya minus bahkan seingatku.

P : Oh berarti datanya belum ke *update* gitu ya.

N : Iya gitu, dan aku jadi *trust issue* hahaha maksudnya dari awal itu aku nanyain BPKB karena kalau BPKB-nya gak sama dia kan aku bisa langsung memikirkan “oh mungkin masih di ACC atau di tempat lain dan

dijaminin lagi kan” jadi sekarang aku *make sure* itu banget BPKB-nya ada di mana, terus dia udah selesai atau belum kontraknya.

P : Oooo jadi akhirnya belajar dari pengalaman juga ya. Nah terus nih aku mau tanya, apa saja sih aktivitas jadi TMO Cycle 2?

N : Iya hehehe ya kebetulan aku ambil yang eksklusif selama tiga bulan ya aku lima kali dalam seminggu, dating pasti buka Chrome atau buka Gsheet terus aku mempersiapkan CRS, Microsip untuk nelpon, terus Excel untuk simulasi perhitungannya itu sih *basic* dan yang paling utama aku gunakan untuk bekerja ya aku cek ke Google Sheetnya dulu. Aku biasanya gak ngerjain di Google Sheetnya langsung karena udah banyak orang, makin rame, makin macet ya, jadi *reconnecting* dan segala macem, jadi aku kesel gitu. Jadi aku pakai Google Sheet sendiri dan aku *copy paste* gitu terus aku drag sebanyak 200 karena seharusnya kan total ngerjain data 200 terus aku *paste* karena lebih lancar tanpa lag ke Gsheet aslinya untuk kasih summary nya berapa. Nelpon ke borrowernya, kalau gabisa ya cari nomor telepon yang bisa aku *reach* gitu, cuman kalau tetep gabisa yaudah. *Customer by customer* aku *call* dan aku kerjakan sesuai prosedur aja.

P : Oke oke kalau gitu aku mau tanya lagi nih, kira-kira pihak ACC itu membantu memberikan pelatihan gak untuk TMO Cycle 2?

N : Iya, tapi menurut pengalamanku sendiri itu cuman di awal-awal aja tapi menurutku tidak seefektif sekarang yak arena kalau sekarang kan bisa langsung tatap muka terus ada *games* yang lebih interaktif. Kalau dulu kan

cuman via zoom, ya kita dapat materinya sih, cuman *feel*-nya itu lebih dapat kalau secara langsung, mungkin gitu.

P : Itu waktu training dikasih tahu tentang apa saja sih?

N : Lebih ke tips-tips ke cara *how to handle customer* dan bagaimana kalau *customer*-nya respon seperti ini itu kita responnya seperti apa kayak apa yang dilakukan dan apa yang jangan dilakukan, ya mungkin mendorong untuk lebih berani aja sih, jangan baper. Kan waktu itu Pak Hendri juga pernah bilang kalau kita memberikan persuasi untuk mereka tu dua kali aja, kalau lebih dari itu dan gamau ya jangan dipaksa, takutnya nanti jadi *annoying* ya tips-tips seperti itu.

P : Oke, terus persiapan apa aja sih yang dilakukan sebelum menelpon konsumen, misalnya ada persiapan fisik contohnya gimana sih cara kamu menjaga tubuh kamu apalagi kan ini suara nih yang perlu di jaga, terus persiapan mental tentang gimana sih cara kamu membangun keberanian menelpon konsumen, sama persiapan materi apa saja sih yang kamu lakukan untuk menguasai materi-materi itu. Kira-kira apa aja nih?

N : Kalau itu sih paling minum air putih pastinya supaya gak seret dan pas cuacanya lagi gak enak itu minum air putih anget, terus aku mengatur tempat duduk senyaman mungkin, dan atur meja biar moodnya enak. Terus kalau mental sih kebetulan udah ditempa ya selama 11 bulan, paling kalau ketemu data yang pembayarannya jelek itu jadi “waduh gimana nih cara nawarinnya” ya secara alam bawah sadar itu kayak yaudah bodo amat sama apa yang *customer* akan lakukan itu kayak yaudah *easy* gitu lho.

Walaupun kalau responnya negatif itu ya aku tetep kesel sih dan moodnya jadi jelek ya kalau mental gak terlalu banyak aku persiapkan sih. Kalau materinya, aku lihat biodatanya, bagaimana pembayaran dia, dan selalu memastikan kontraknya udah tutup atau belum. Akhir-akhir ini sambil nunggu *customer* ngangkat telepon itu aku ngitung simulasinya dulu ntar pas dia ngangkat tu di akhir aku udah bisa “pak pencairannya segini lho pak, apa tidak mau diambil saja pak?”

P : Oke oke, berarti biar lebih cepat juga ya.

N : Iya, dan itu membutuhkan kemampuan *multitasking* kan harus pindah-pindah tab dan harus nyari OTRnya berapa, terus ini paketnya apa, dan itu sambil kita nelpon, jadi panas juga ini otaknya hahaha.

P : Iya ya apalagi masih negosiasi. Nah kira-kira kamu memperhatikan waktu yang tepat gak sih untuk menelpon konsumen?

N : Tergantung sama *customer*. Sebenarnya ketika ada data baru dan si *customer* belum pernah ditelpon sama sekali dan ada juga *customer* yang sering ditelpon dan *customer* yang ini memang tidak bisa secara *to the point* menolak kita dengan beralasan *meeting*, lagi di jalan, ya kebanyakan seperti itu ya bukan suuzon juga ya kita kan tahu suara lagi di jalan itu seperti apa.

P : Nah kalau yang menurut kamu memang lagi *meeting* dan bener-bener lagi di jalan itu bakal kamu hubungi lagi gak?

N : Iya, tergantung jadi ketika data yang dikasih TL habis dan masih ada waktu ya kita ulang lagi dari atas. Dan ketika ada *customer* yang tidak

minat, setelah kita telpon lagi dua minggu ke depan itu ada kemungkinan menjadi minat. Nah kalau yang sibuk-sibuk itu cenderung sibuk terus, jadi ketika ditelpon lagi beda hari itu akan sibuk terus. Ya itu alasan-alasan mereka untuk tidak minat, dan aku udah hafal dan katam alasannya.

P : Ooo iya iya, nah kira-kira kamu punya *script* khusus gak? Dan apa saja sih bagian terpenting dalam *script* tersebut?

N : Sebenarnya dari awal bekerja itu aku berubah-ubah, dari yang mulai aku *benefit*-nya segini dari simple banget sampai aku jelasin lengkap banget. Ya semengalirnya aja dan ada beberapa bagian yang aku ubah gitu, ya yang penting aku jelasin pencairannya, angsuran di bulan apa, dan tenor, mungkin tiga hal itu sih yang aku omongin ke mereka.

P : Ya berarti fleksibel aja ya yang penting intinya sudah disampaikan.

N : Iya, ya mungkin aku biasanya nambahin kalau “harga mobilnya masih belum turun pak jadi pencairannya masih tinggi, dan kalau diambil bulan depan kan bisa turun itu pak”

P : Oke berarti tetap negosiasi dan persuasi ya. Nah kira-kira kamu menguasai materi produk yang kamu tawarkan gak?

N : Ada beberapa hal yang TMO lain itu tahu tentang hal ini dan ternyata aku belum tahu karena belum dapet *case* yang seperti itu, ya aku gatau ya seberapa persen aku menguasai tentang *product knowledge* ini jadi ya mungkin 90% kali ya.

P : Oke oke, karena kamu udah menguasai materinya, apakah kamu juga menjelaskan dengan jujur kepada konsumen terkait dengan kekurangan dan kelebihan produk yang kamu tawarkan?

N : Ya jujur sih, kalau bunganya segini ya aku omongkan segini, pencairan segini, dan kalau kemahalan pun aku tidak menepis itu gitu kayak “oh iya pak, tapi bapak kan sudah memasukkan asuransi jiwanya dan itu flat pak jadi sampai akhir angsuran tidak akan berubah”. Kalau mereka tetap mengagung-agungkan bank konvensional ya aku tidak akan membantah.

P : Berarti memang apa adanya aja ya. Terus ketika kamu telepon itu kamu memberikan perhatian penuh gak kepada para konsumen?

N : Sebenarnya ada momen di mana aku bisa fokus dan ada momen di mana aku ngomong tapi sambil jiwit-jiwit temen atau sambil mainin barang apa gitu. Jadi pas udah jenuh itu mataku kemana, tanganku kemana, tapi kalau awal-awal ya masih natap layar aja.

P : Ooo jenuh sama mungkin karena *customer* udah gak minat gitu ya?

N : Ya moodku dihasilkan dengan respon *customer*, kalau dia enak diajak ngomong dan gak buru-buru mematikan teleponku, dan dikirim WA juga mau-mau aja, jadi aku enak. Tapi kalau sebaliknya yang banyak alasan, belum selesai ngomong dimatiin ya mohon maaf ya.

P : Oke, terus kamu pernah merasa kesulitan menanggapi respon dan pertanyaan dari konsumen yang beraneka ragam itu?

N : Yang menurutku paling sulit itu adalah ketika aku ngomong apa tapi mereka responnya apa dan ketika aku mengulangi pertanyaanku tapi

mereka tetap memberikan respon yang sebenarnya gak menjawab pertanyaanku ini, jadi ini kek harus gimana. Karena kalau aku ngulangi terus kan capek sendiri ya jadi aku akhiri dan mikir “kok kayak begini ya, ini dia gak paham atau gimana sih”. Akhirnya juga tidak dapat efektif untuk menawarkan produk. Ya untuk apakah aku mendapatkan pertanyaan dari *customer* yang gak bisa aku jawab sih kayanya udah gak ada sih, misal tentang cabang juga atau kalau memang itu di luar bagianku dan itu bagian dari C1 ya pasti aku jawab “maaf pak, ini saya divisinya multiguna saja yang urusannya pinjaman dana tunai dan kalau misal nanti pengambilan BPKB bisa diwakilkan itu urusannya cabang”. Ya mungkin itu sih.

P : Oke, itu tadi bagian respon *customer* yang menurut kamu tidak nyambung, gimana sih cara mengatasinya?

N : Ya aku bakal ngulangi pernyataanku ya, tapi kalau memang responnya tidak menjawab pertanyaanku atau tidak sesuai ya aku akhiri saja “baik pak cukup sekian dan terima kasih”

P : Oke terus nih, pernah gak sih menerima cerita keluhan dari konsumen?

N : Ya sering lah ya, biasanya tentang pembayaran angsuran, cuman karena kita ada di multiguna ya kita gak bisa apa-apa mbak. Terus mengeluh karena sering ditelpon dan tidak mau dihubungi lagi, sedangkan kadang kalau kita udah nulis *result call* tidak minat dan tidak mau dihubungi lagi itu kemungkinan datanya di bulan depan muncul lagi.

P : Nah gimana sih cara kamu menanggapi keluhan konsumen tersebut? Apa kamu hanya mendengarkan saja, atau mungkin bantu cari solusi, atau gimana tuh?

N : Kalau memang aku punya kapasitas untuk menjawab dan memberikan solusi kepada mereka ya pasti akan aku kasih ya cuman beberapa hal yang memang aku kadang kok bisa ya, ya paling aku responnya “oh baik pak, akan saya coba teruskan keluhan dari bapak dan semoga di hari yang akan datang kami bisa memberikan pelayanan yang lebih baik lagi” gitu aja sih buat nglegani.

P : Ohhh gitu, kira-kira kamu juga menghubungi ulang para konsumen gak? Kalau misalnya iya, kategori konsumen yang bakal kamu hubungi lagi?

N : Pernah waktu itu ada *customer* yang tidak terlihat berbohong ketika bilang sibuk dan minta dihubungi lagi. Kemudian ketika dihubungi lagi ya memang diangkat dan responnya bagus. Tapi ada juga yang memang bilang sibuk tapi ketika dihubungi lagi tapi tidak diangkat, ya aku mikirnya itu penolakan dengan cara yang seperti itu. Kalau di Jawa Tengah itu masih jarang untuk to the point kalau memang tidak minat.

P : Oalah gitu, berarti kamu menghubungi konsumen yang terlihat *open* terhadap penawaran ya.

N : Iya, atau kalau misal sebelumnya dia tidak minat itu aku gak masalah kalau menghubungi lagi, walaupun dua minggu lalu tidak minat dan ketika aku hubungi lagi ya langsung aja gitu “kan kemarin sudah saya tawarkan,

mungkin sekarang sudah ada kebutuhannya selagi ini belum turun harga jadi bapak mendapatkan pencairan maksimal dibanding bulan depan” dan akhirnya aku sodorin aja perhitungannya dan akhirnya mereka mau.

P : Berarti ada kemungkinannya ya dari yang tidak minat menjadi minat.

Lalu apa aja sih kesulitan atau gangguan dalam menghadapi konsumen?

Mungkin kayak perbedaan bahasa, persepsi, dan semacamnya?

N : Baik, kalau bahasa aku juga baru agak lama pernah dapet yang aku jelasinnya pakai bahasa Indonesia dan dia jawabnya pakai bahasa Sunda dan aku bilang “pak mohon maaf, bisa dengan menggunakan bahasa Indonesia saja pak?” dengan suara yang nyenteng lantang tapi gak marah.

P : Oh berarti ada kesulitan di bagian perbedaan bahasa ya.

N : Iya mungkin untuk yang udah tua-tua aja ya yang kesulitan bahasa Indonesia, tapi aku juga jarang sih nemu kayak gitu. Kalau pakai bahasa Jawa ya aku kan bisa bahasa Jawa. Terus kalau untuk perbedaan persepsi itu aku gak tau ya ini termasuk perbedaan persepsi atau enggak, jadi ketika aku menawarkan pinjaman itu mereka masih berharap ya kalau mereka itu gak akan mengangsur gitu lho, ya aku langsung bilang “ya bukan seperti itu pak konsepnya, namanya juga pinjaman tetap harus mengangsur”. Terus ada juga yang belinya mobil Grandmax tapi minta pinjaman 10M, ya kayak ada-ada aja nih.

P : Hahaha, terus pernah gak sih merasa malu atau gak percaya diri ketika telpon konsumen?

N : Mmm sebenarnya gak ada malu ya cuman aku gatau sampai sekarang pun aku masih kesrimpet lidahku, bahkan ketika aku ngomong sama kamu tadi kalau kamu *notice* pun kayak mau ngomong satu kata tu gimana dan akhirnya jadi agak pecah gitu jadi gak serius dan gak terlalu fokus.

P : Berarti belibet ya?

N : Iya, jadi kayak aku mau ngomong apa tapi di bibirku ngomong apa, kayak ga sinkron.

P : Oke oke, kamu pernah gak sih punya gangguan dalam hal sinyal?

N : Iya pernah, cukup seringlah dan mereka kayak “gimana mas? Suaranya putus-putus” padahal aku dah kayak nelen mic gitu dan ngulang tiga kali. Terus kalau memang dia berisikeras tidak dapat mendengarkan dengan baik ya aku langsung bilang “Oh iya baik, saya telpon di lain waktu saja ya bu ya”

P : Nah tadi ada yang menarik nih di mana kamu ngobrol sama orang Sunda yang lebih lantang, kamu merasa kaget gak dengan *customer* yang seperti itu yang mungkin berbeda dengan budaya kamu?

N : Enggak hahaha ya kaget cuman “lah ini artinya apa” bukan yang wah ini orang galak banget. Jujur orang yang udah “HALLO” itu malah bikin *confident* dan intonasiku malah lebih pede aja dan entah kenapa setelah itu mereka malah jadi lebih lunak.

P : Lebih *excited* ya berarti, dari berbagai gangguan tadi mana sih yang paling sering kamu alami?

N : Sebenarnya dari diriku ada *challenge* sendiri gimana caranya membuat yang tidak minat jadi minat dan aku harus merayu dengan cara apa lagi. Gangguannya sih apa ya aku puas dengan menawarkan produk ini dan *even* aku gagal aku sudah mencoba berbagai macam rayuan yang aku bisa dan aku punya. Pengen cari lagi apa yang bisa aku lakukan untuk merayu lagi.

P : Berarti ini berkaitan juga dengan struktur bahasa yang kamu gunakan untuk merayu dan negosiasi konsumen?

N : Iya, dan aku gak mau ngopy punya TMO lain juga, aku pengen nemuin formulaku sendiri, dan yang nyaman buat aku bukan yang *annoying*.

P : Nah pernah gak sih mengalami kendala teknis waktu menelpon konsumen?

N : Microsip kali ya, kadang dia error, kayak aku dah ngomong di tengah jalan tapi tiba-tiba suara *customernya* ilang. Terus jadinya kita nelpon lagi. CRS itu pas aku mau nyebutin ke *customer* tiba-tiba *loading* aku jadi “haduh tadi mobilnya apa” dan aku jadi cuman bilang gini “ibu kan pernah melakukan kontrak di ACC” ya gimana lagi udah diangkat sama dia tapi CRS nya masih muter. Nah pernah waktu itu aku mau copas Gsheetku ke aslinya itu gabisa karena *reconnecting* terus dan akhirnya dibenerin sama IT nya.

P : Oke deh kalau gitu,berarti emang butuh bantuan dari IT nya juga dan kamu udah ngakalin beberapa hal juga.

N : Iya bahkan pernah *reconnecting* terus dan kita ngantre sampai jam setengah enam untuk nyalin ke Gsheet utama.

P : Oke oke, terus gimana sih cara kamu menghadapi gangguan komunikasi dengan konsumen?

N : Kalau secara teknis dari aku masih bisa nih aku *improve* penawarannya dan *improve* skripnya. Tapi kalau konsumennya yang problematic ya yaudah. Kalau ada hal yang aku belum tahu ya tanya ke Ahim atau Rofi yang lebih lama. Masalah bahasa sih ya yaudah begitu saja. Kalau sinyal jelek ya tidak aku paksa.

P : Oke.. terus gimana sih cara kamu menghadapi konsumen yang memiliki beragam karakter?

N : Ya tentunya aku akan menyesuaikan cara berbicara intonasi penekanan, mood dan *treatment treatment* yang berbeda, untuk *customer* yang *humble* aku akan lebih merespon dengan *mood* yang lebih *gentle, happy*, dan aku pun juga lebih yakin untuk menawarkan produk yang aku jual *plus* lebih betah juga untuk *call*nya, durasi lebih panjang, untuk yang pasif aku akan berusaha memberi banyak pertanyaan agar aku bisa tahu hasil dari percakapan itu, apakah dia berminat atau tidak, dan untuk yang *rude* aku bakal sebisa mungkin *keep calm* dan tetap tegas untuk ngomongnya, tapi kalau dia tetep kekeh menolak atau langsung dimatikan aku langsung tutup pembicaraannya.

P : Kira-kira *skill* komunikasi apa saja yang menurut kamu penting ketika menepon dan berinteraksi dengan konsumen?

N : Yang pasti pengetahuan produk itu harus benar-benar paham di luar kepala dan harus siap segala pertanyaan dari konsumen, karena kalau kita jawab secara langsung kan bagus juga buat kita untuk terlihat meyakinkan dan bisa jadi malah *customer* nya tertarik dengan produk yang kita tawarkan. Berlatih untuk merangkai kata mulai dari pembukaan, konten kita apa, penutup itu gimana, terus kalau tidak minat harus ditimpali gimana. Ya *practice* juga memengaruhi dan ketika kita merangkai kata-kata sendiri itu ya berhasil karena jadi lebih lancar. Ya negosiasi sih jangan mudah menyerah ketika dia tidak minat, dan kita bisa kasih *benefit*-nya lagi, intinya jangan terlalu cepat untuk “yaudah bu, baiklah kalau ada rencana nanti bisa hubungi saya lagi”. Perlu konsentrasi biar kata-kata kita gak berantakan.

P : Terus kalau intonasi, artikulasi, *smiling voice* itu penting gak menurut kamu?

N : Oh iya itu penting, aku pernah ada teman dan dia tu lancar banget ngomongnya tanpa kesrimpet tapi dia *feel*-nya kurang, pas nawarin dia mukanya datar terus pemenggalannya kurang jelas dan jadinya kurang efektif mencapai angka. Aku sendiri juga *smiling voice* dan secara tidak langsung itu menjaga mood kita dari awal sampai akhir kita ngomong. Intonasi penting banget dan aku sudah sadar sendiri kalau aku ngomong tanpa jeda itu akhirnya dia tidak paham dan kaya “boleh diulang lagi mas”. Jadi lebih baik aku pelan dan *make sure* bahwa artikulasiku jelas dan dia

udah nangkep tanpa aku ulangi kecuali sinyal jelek. Kalau gak *smiling voice* itu *feel*-nya kurang dan kita tidak terlihat sepenuh hati.

P : Terus kamu juga memberi ruang tanggapan untuk konsumen ya? Tidak yang satu arah.

N : Iya engga dong, aku ngomong sendiri pun juga capek. Karena pernah ada anak baru yang dia terlalu bersemangatnya jadi si *customer* mau ngomong sampai kepotong terus sih dan aku ngomong dalam forum evaluasi. Itu penting biar mereka merasa dihargai.

P : Oke, gimana sih cara kamu meningkatkan *skill* komunikasinya?

N : Wah belum kepikiran ke arah sana sih hahaha, cuman aku tu kepikiran ada gak sih ilmu psikologi yang ada gak sih kata-kata atau treatment tertentu yang bikin “oh iya ya, kenapa sih aku gak ambil ini”. Aku coba berbagai trik-trik dan kalimat-kalimat yang intinya adalah aku gak mau ngelepasin si *customer* dulu lah.

P : Ya intinya kamu juga cari-cari kata-kata yang kesannya bisa menghipnotis konsumen dan juga masih cari formulanya. Oke pertanyaan terakhir, dengan menerapkan *skill* komunikasi tersebut bisa gak membantu kamu untuk mencapai target penjualan?

N : Iya, ya kalau sekarang kan ada tim dua yang bantu untuk *broadcast* dan *follow up*, jadi prospek ya bisa dari kesan pertama dari tim satu yang nelpon dan bisa juga ditambihin dari *follow up* tim dua. Menurutku kesan pertama penting karena aku ingin memberikan kesan yang bisa dipercaya, baik, dan penutupannya selalu “terima kasih bapak semoga sehat selalu”,

semoga itu bisa ngena di hati dia dan akhirnya kesan pertamaku pun juga baik walaupun saat itu dia belum butuh, dan ketika dia udah butuh itu bisa nyariin aku. Ya untuk sekarang aku pengen *manage* mood.

P : Berarti dengan membangun kesan yang baik itu membantu kamu untuk membangun kredibilitas yang baik di depan *customer* ya dan sebenarnya itu membantu target penjualan walau nanti juga butuh bantuan dari tim dua, betul ya?

N : Iya betul.

P : Oke deh, cukup sudah wawancara hari ini dan *sorry* banget kalau banyak pertanyaan. Terima kasih sudah meluangkan waktunya dan membantu penelitianku. Semangat kerjanya.

N : Oke semoga lancar skripsinya.

5. Narasumber 5

P : Hallo, terima kasih ya sudah bersedia membantu penelitianku dengan menjadi narasumberku.

N : Iya sama-sama mbak.

P : Oke kalau gitu aku mulai ya, kamu udah berapa lama nih gabung jadi TMO Cycle 2?

N : Udah satu tahun mbak.

P : Apa sih alasan kamu bergabung di TMO Cycle 2?

N : Karena saat pendaftaran yang buka C2, lalu saya mencoba tes di C2.

P : Apa kamu sebelumnya punya latar belakang pengalaman menjadi telemarketer?

N : Belum ada, baru pertama kali di DOC ini.

P : Nah kalo gitu, apa sih pengalaman yang paling berkesan buat kamu ketika jadi telemarketer selama setahun ini?

N : Sangat banyak sih, salah satunya mendapatkan teman yang solid, sefrekuensi semua, saling membangun, saling menolong, itu susah si didapetin dari tempat kerja lain, jarang bisa seenak di ACC.

P : Kira-kira punya pengalaman berkesan saat berkomunikasi dengan konsumen melalui telepon gak nih?

N : Punya sih, karena karakter *customer* itu beda-beda, pernah dapet *customer* yang lucu kayak pamer kekayaan, uangnya banyak, gitu-gitu sih.

P : Terus apa sih kesalahan yang pernah kamu lakukan ketika jadi TMO Cycle 2?

N : Salah dihitung sih kayak bunga atau DP gitu.

P : Oke kalau gitu, apa saja sih aktivitas keseharian dari TMO Cycle 2?

N : Ya bernegosiasi dengan *customer*, membuat perhitungan, dan *briefing team*.

P : Nah, kira-kira pihak ACC apa juga membantu memberikan pelatihan kepada TMO?

N : Ya sangat membantu, pas awal masuk kita dikasih waktu untuk tendem.

P : Ceritakan dong persiapan apa saja yang kamu lakukan sebelum menelepon konsumen? Mungkin bisa persiapan menjaga tubuh, mental, atau materi?

N : Persiapan sebelum telepon selalu menjaga mood, karena menghadapi customer yg beraneka macam dan sistem yang terkadang suka bikin error itu sangat mengganggu saat *call*, sehingga harus menjaga mood.

P : Oke apakah kamu juga memperhatikan waktu yang tepat untuk menelepon konsumen?

N : Ya saya suka telepon random saat sudah mengulang data, misalkan sebelumnya saya telepon pagi berikutnya saya ganti telepon siang.

P : Apa kamu juga memiliki skrip telemarketing dan kalau iya, bagian apa saja sih yang menurutmu penting dalam skrip tersebut?

N : Tidak memiliki *script* tertentu, karena berjalan dengan alurnya saja saat telepon *customer*.

P : Ooo gitu, lalu kamu juga menguasai materi produk yang kamu tawarkan?

N : Ya saya menguasai.

P : Nah kalau gitu, apa kamu juga menjelaskan dengan jujur kepada konsumen tentang kelebihan dan kekurangan dari produkmu?

N : Ya saya menjelaskan dengan detail agar *customer* tidak miskomunikasi.

P : Oke, apa kamu juga memberikan perhatian penuh kepada konsumen ketika bertelepon?

N : Terkadang memberikan perhatian jika mendapatkan *customer* yang mau mendengarkan, tapi kalau *customer* yang sulit mendengarkan ya langsung menjelaskan ke inti penawaran saja.

P : Apa kamu merasa kesulitan untuk menanggapi respon dan pertanyaan dari konsumen?

N : Untuk beberapa hal terkadang iya

P : Boleh ceritakan tentang cara kamu untuk menanggapi respon dan pertanyaan konsumen tersebut?

N : Misalkan *customer* dalam kasus kontrak *open*, saya menjelaskan bahwa untuk kontrak *customer* yang sedang berjalan jika ingin melakukan *top up* dana, maka kontrak yang sekarang akan ditutup diganti dengan kontrak yang baru.

P : Nah pernah gak sih menerima cerita keluhan dari konsumen?

N : Pernah, kebanyakan tentang kekecewaan *customer* dengan ACC yang mempunyai bunga tinggi.

P : Terus gimana cara kamu untuk menanggapi keluhan tersebut?

N : Cara saya menanggapi saya jelaskan kalau ACC dengan bank tentu berbeda, karena ACC merupakan leasing dan merupakan perusahaan swasta, sedangkan bank dibiayai pemerintah.

P : Lalu apa kamu juga menghubungi ulang para konsumen dan kalau iya gimana sih kategori konsumen yang akan kamu hubungi lagi?

N : Iya, *customer* yang tidak mengangkat, voice mail, dan tidak terdaftar atau tidak aktif.

P : Kalau gitu, kamu pernah tidak sih mengalami kesulitan atau gangguan komunikasi dengan konsumen?

N : Kesulitannya kalau mendapatkan *customer* yang tidak mau mendengarkan penjelasan kita terlebih dahulu, mereka tentu akan langsung mematikan telepon tanpa ada percakapan.

P : Nah, apa gangguan yang seringkali kamu alami ketika jadi TMO?

N : Customer yang langsung mematikan telepon.

P : Kemudian kalau gangguan terbesar yang kamu alami?

N : Saat *customer* yang mematikan telepon, dan data yang terlalu banyak *unconnected* atau tidak terdaftar.

P : Oke, pernah gak sih ketika sedang telepon konsumen tapi tiba-tiba ada kendala teknis? Kalau iya, gimana cara kamu mengatasinya?

N : Sering terjadi, hanya bisa menunggu sampai sistem kembali normal.

P : Gimana sih solusi kamu untuk menghadapi gangguan komunikasi dengan konsumen?

N : Tetap menjaga mood dan tetap sabar dalam menyampaikan maksud dan tujuan dalam menelepon *customer*.

P : Oke konsumen kan pasti memiliki karakter yang beraneka ragam, gimana sih cara kamu menghadapinya?

N : Tetap santai dan sabar, jika sudah mulai jenuh sesekali melihat pemandangan sekitar kantor.

P : Terus *skill* komunikasi apa saja yang menurut kamu penting ketika menelepon konsumen?

N : *Skill* mendengarkan, kita harus tahu dan paham apa yang dibicarakan *customer* agar kita bisa mencari solusi dalam menyelesaikannya.

P : Lalu gimana sih cara kamu untuk meningkatkan *skill* tersebut?

N : Saling bertukar pikiran dengan teman samping kanan kiri

P : Oke, kalau gitu apakah dengan *skill* tersebut dapat membantu kamu untuk mencapai target penjualan?

N : Ya, dengan bertukar pikiran saya bisa mendapatkan ide baru dalam menyampaikan pesan ke *customer* dan tau titik kesalahan saya saat penawaran.

P : Oke yang terakhir nih, berapa sih rata-rata valid kamu per bulannya?

N : Untuk valid setiap bulan bisa mencapai 3, namun untuk bulan Desember belum terpenuhi untuk valid.

P : Oke terima kasih banyak ya untuk jawabannya dan bantuannya tentunya. Semangat beraktivitas ya.

N : Oke mbak, semangat ya.

6. Narasumber 6

P : Hallo, terima kasih ya karena sudah bersedia jadi narasumber untuk penelitianku.

N : Hallo, iya Ester aku juga *free* kok.

P : Nah kalau gitu aku mulai ya, kamu udah berapa lama sih bekerja di TMO Cycle 2?

N : Sekitar satu tahun enam bulan.

P : Oke terus apa sih alasan kamu bergabung di Cycle 2?

N : Alasan utama bergabung di C2 yang pasti ingin menambah penghasilan serta melatih *skill* berkomunikasi karena sebelumnya kemampuan berkomunikasi saya masih kurang baik.

P : Sebelumnya pernah ada pengalaman yang berkaitan dengan dunia telemarketing?

N : Gak ada sih ya

P : Ceritakan dong pengalaman yang paling mengesankan ketika jadi seorang telemarketer?

N : Pengalaman yang mengesankan bagi saya disaat berkomunikasi dengan *customer* yang mampu menghargai dengan tetap mendengarkan dan memberi *feedback* yang baik kepada saya.

P : Terus pernah tidak melakukan kesalahan saat jadi TMO C2? Kalau iya, boleh ceritakan?

N : Kesalahan yang pernah dilakukan yaitu salah menyebut nama *customer*, yang seharusnya “pak” tapi malah dipanggil “bu” dan sebaliknya. Kemudian lupa menjelaskan dengan lengkap produk yang ditawarkan karena terburu-buru sehingga informasi yang disampaikan kurang detail.

P : Nah kalau aktivitas keseharian menjadi TMO itu ngapain aja sih?

N : Aktivitas menjadi TMO ya menelpon *customer* dan menyampaikan produk yang akan dipasarkan.

P : Apa pihak ACC juga memberikan pelatihan kepada teman-teman C2?

N : Iya, ACC selalu memberi pelatihan kepada setiap mitra khususnya mitra baru agar lebih paham terkait produk yang ditawarkan.

P : Lalu persiapan apa saja sih yang dilakukan sebelum menelpon konsumen? Mungkin bisa persiapan fisik, mental, dan materi?

N : Persiapan yang saya lakukan biasanya sih memastikan bahwa semua aplikasi yang harus dibuka sudah *ready* seperti Doc, microsip dan simulasi. Kemudian juga mengingat kembali terkait *script* dan hal-hal apa saja yang akan disampaikan kepada *customer* nantinya.

P : Apa kamu juga memperhatikan dan mempertimbangkan waktu untuk menelpon konsumen?

N : Iya kadang-kadang, karena biasanya di minggu kedua atau ketiga data yang kita miliki sudah habis ya kita akan mengulang kembali telepon dari atas sehingga di situ terdapat *notes* di mana *customer* tersebut. Terus jika dihubungi pagi mereka sibuk kemudian kita akan hubungi di waktu yang sekiranya mereka luang.

P : Nah setelah itu ketika menelpon konsumen apa kamu juga memiliki *script* khusus dan kira-kira apa sih bagian yang penting dalam *script* itu?

N : Bagian paling penting dalam *script* ya terkait keunggulan produk atau promo-promo yang sedang berlangsung, karena hal tersebut mampu memikat *customer* sehingga tidak boleh lupa dan terlewatkan untuk disampaikan.

P : Oke... terus kalau gitu apa kamu juga menguasai tentang informasi produk?

N : Ya sejauh ini saya cukup menguasai produk yang saya tawarkan.

P : Lalu apa juga selalu dipaparkan dengan jujur tentang kelebihan dan kelemahan produk yang ditawarkan?

N : Saya jarang bahkan tidak pernah menjelaskan terkait kekurangan produk yang saya tawarkan kecuali *customer* memang bertanya.

P : Kemudian saat berkomunikasi dengan konsumen tersebut, apakah kamu juga memberikan perhatian penuh kepada mereka?

N : Iya dong, saya selalu memperhatikan apa yang *customer* butuhkan atau mungkin tanyakan bahkan disaat *customer* mengeluh terkait kinerja ACC.

P : Oh iya berarti sering juga menerima keluhan konsumen?

N : Iya pernah.

P : Lalu gimana caranya untuk menghadapi keluhan dari para konsumen itu?

N : Biasanya saya beri penjelasan yang bisa menenangkan *customer* namun jika tetep gabisa tenang ya saya hanya minta maaf dan saya akhiri teleponnya.

P : Apa kamu juga mengalami kesulitan untuk menanggapi berbagai macam pertanyaan konsumen?

N : Mungkin awal-awal banyak kesulitan tapi karena udah terbiasa jadi lebih tenang dalam menanggapi pertanyaan *customer*.

P : Bagaimana sih persiapan atau cara kamu dalam menanggapi pertanyaan konsumen?

N : Saya sebisa mungkin menjawab pertanyaan *customer* sepengetahuan saya yah, tapi jika saya sama sekali tidak tahu hal yang ditanyakan ya saya

akan bertanya kepada teman atau TL saya dengan meminta waktu sebentar kepada *customer* untuk memastikan jawabannya dulu.

P : Oke kalau gitu, para konsumen tersebut apakah akan dihubungi ulang? Kalau iya, apa kategori konsumen yang akan dihubungi ulang?

N : Biasanya sih saya menghubungi ulang *customer* yang sekiranya memang ada minat. Selain itu saya juga menghubungi *customer* yang belum diangkat pada hari-hari sebelumnya.

P : Nah terus apa sih yang menjadi gangguan komunikasi kamu sebagai TMO saat menghadapi konsumen?

N : Gangguan menghadapi *customer* yang memang gak mau mendengarkan kita sama sekali, mau mendengarkan tapi malah tidak ada respon, kemudian juga membanding-bandingkan dengan bank.

P : Dari berbagai gangguan itu, mana sih yang paling sering dialami?

N : Yang paling sering muncul ya si *customer* tidak mau mendengarkan penawaran dari kita.

P : Terus kalau gangguan yang terberat bagi kamu kira-kira yang mana?

N : Ya kalau dibanding-bandingkan dengan bank, ya karena kelemahan kita kan memang di bagian bunga yang lebih tinggi dari bank.

P : Ooo jadi begitu, lalu pernah tidak sih mengalami kendala teknis?

N : Biasanya sinyal yang bermasalah membuat *customer* jadi sulit mendengar suara kita jadi saya biasanya matikan teleponnya terus telepon lagi.

P : Nah kalau gitu, cara apa saja sih yang kamu lakukan untuk menghadapi berbagai gangguan komunikasi tersebut?

N : Ya tetap sabar dan sebisa mungkin tetap berkomunikasi dengan *customer* walaupun dia sulit diajak komunikasi.

P : Nah pastinya konsumen memiliki berbagai macam karakteristik, bagaimana sih cara kamu untuk menghadapi konsumen itu?

N : Dalam menghadapi *customer* ya tetap tegas saja namun santun agar *customer* yakin terhadap penawaran yang kita tawarkan.

P : Oke baik... kemudian apa saja sih *skill* komunikasi yang menurut kamu penting ketika menelpon konsumen?

N : Yang pasti ya menjelaskan dengan jelas dan tidak bertele-tele, sebisa mungkin mendengarkan *feedback customer*, percaya diri agar *customer* tetap yakin kepada kita.

P : Lalu gimana sih cara kamu untuk meningkatkan *skill* komunikasi tersebut?

N : Dengan cara menguasai produk yang kita tawarkan, karena jika kita paham produk kita maka kita akan percaya diri dalam menyampaikan ke *customer*.

P : Oke berarti harus yakin juga ya, nah dengan menerapkan *skill* komunikasi yang sudah kamu jelaskan tadi, apa itu membantu kamu untuk mencapai target penjualan?

N : Tentu setelah saya paham produk yang saya tawarkan, saya lebih mampu berkomunikasi dengan *customer* tanpa rasa takut sehingga produk yang ditawarkan sampai ke *customer* dan mampu menarik mereka.

P : Oke pertanyaan terakhir nih, kira-kira berapa sih rata-rata valid kamu setiap bulan?

N : Sekitar 3 ya.

P : Oke... thank you ya sudah meluangkan waktu dan membantu penelitianku. Semoga sukses selalu.

N : Iya, semoga bisa membantu ya Ester, maaf kalau ada jawaban yang kurang nyambung hehehe.

