

PERAN KOMUNIKASI PERSUASIF CUSTOMER SERVICE DALAM MENARIK SIMPATI PADA PELANGGAN DI PT.BANK PAPUA CABANG BIAK KOTA

Oleh :

Nataniel Rezky Wambrau

Julius R.K. Randang

Edmon Kalesaran

Abstrak

Pendahuluan : penelitian ini dengan judul Peran Komunikasi Persuasif *Customer Service* Dalam Menarik Simpati Pada Pelanggan Di PT.Bank Papua Cabang Biak Kota, bermaksud untuk mengkaji secara mendalam tentang bagaimana peran komunikasi persuasif *customer service* dalam menarik simpati pada pelanggan di PT. Bank Papua Cabang Biak Kota. Metode : Penelitian ini menggunakan teori *Kredibilitas Sumber* dan metode penelitian Kualitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif mengingat data yang dikumpulkan berupa penjelasan dari narasumber yang dijadikan informan. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil : bahwa peran komunikasi persuasif *customer service* dalam menarik simpati pada pelanggan di PT. Bank Papua Cabang Biak Kota sudah cukup baik. Hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan pada para nasabah dan di bagian *customer service* di PT.Bank Papua Cabang Biak Kota, cara *customer service* dalam menarik simpati pada pelanggan sudah sesuai dengan fungsi komunikasi persuasif sebagaimana mestinya, walaupun masih ada beberapa keluhan dari para nasabah akan tetapi *customer service* dalam hal ini sudah menerapkan standard yang berlaku di PT.Bank Papua Cabang Biak Kota. Sehingga para nasabah akan tetap merasa nyaman dan aman dalam pelayanan yang diberikan *customer service*. Dengan begitu kualitas pelayanan yang sudah baik dari *customer service* ini ditingkatkan lagi agar pelayanan *customer service* yang diharapkan para nasabah dapat berjalan lebih efektif.

Kata Kunci : Komunikasi, Customer Service, Simpati,

Pendahuluan

A. Latar Belakang

Bank memiliki fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat melalui tabungan, deposito berjangka, giro ataupun bentuk simpanan lainnya. Dengan penghimpunan dana ini, bank menjamin keamanan uang masyarakat tersebut, sekaligus memberikan bunga untuk dana tersebut.

Secara sederhana bank dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Yang berupa jasa pelayanan perbankan kepada masyarakat agar masyarakat merasa nyaman dan aman dalam menyimpan dananya tersebut. Sektor perbankan merupakan salah satu hal yang menunjang keberhasilan layanan adalah *customer service*.

Customer service merupakan bagian dari unit yang berada di garis depan, dalam hal memberikan pelayanan kepada nasabah yang berkaitan dengan pembukaan rekening tabungan, giro, pembukaan deposito, dan memberikan informasi mengenai berbagai produk dan jasa, melayani dan mengatasi permasalahan yang disampaikan oleh nasabah sehubungan dengan ketidakpuasan atas pelayanan kepada nasabah.

Untuk itu *customer Service* juga harus memiliki keteladanan berkomunikasi yang baik. Karena komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya. Sehingga menciptakan suatu persamaan makna antara komunikator dengan komunikatonya. Sehingga pelayanan yang diberikan dapat berjalan efektif.

Namun demikian yang menjadi permasalahan adalah pelayanan *customer service* yang kurang efektif. Dikarenakan pelayanan yang berbelit-belit, dimana pelanggan merasa jenuh karena antrian pelayanan yang sangat lama. Membuat pelanggan merasa tidak dilayani dengan baik. Sehingga banyak pelanggan yang beranggapan bahwa pelayanan, dalam menggunakan produk-produk yang diberikan agak rumit cara kerjanya. Mengakibatkan para nasabah memilih untuk kabur. Adapula dikarenakan *customer service* kurang komunikatif dalam memberikan informasi tentang apa keunggulan dan kelemahan dari produk-produk tersebut. Sehingga sulit di terima oleh para pelanggan dan calon pelanggan. Yang mengakibatkan kurangnya ketertarikan pelanggan dalam penggunaan produk-produk bank papua. Oleh sebab itu, pelayanan kepada nasabah harus betul-betul diperhatikan Sehingga daya tarik dan kepercayaan dapat mempengaruhi nasabah.

Ketidakmampuan *customer service* dalam melakukan pelayanan yang baik, dapat menjadi satu hambatan dalam menarik simpati pelanggan. Hal ini tentu harus dirubah, sehingga komunikasi persuasif dapat berfungsi sesuai dengan apa yang diharapkan customer service. Sehingga hal ini menimbulkan anggapan bahwa komunikasi persuasif saat ini sangat penting.

Komunikasi persuasif yaitu komunikasi yang bersifat mempengaruhi audience atau komunikannya, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Dalam komunikasi persuasif, peran seorang komunikator sangatlah penting dan berpengaruh. Sehingga, ia harus memiliki nilai performa yang tinggi. Seorang komunikator yang memiliki nilai performa yang tinggi dapat dicirikan dari kesiapan, kesungguhan, ketulusan, kepercayaan, ketenangan, keramahan, hingga kesederhanaannya dalam menyampaikan pesan. baik secara *Verbal* maupun *Non Verbal*.

Untuk itu komunikator (*customer service*) juga harus memiliki kredibilitas, agar menjadi sumber daya tarik dan sumber kepercayaan bagi para komunikan (pelanggan). Kredibilitas sumber adalah alasan yang masuk akal untuk dipercaya. Oleh sebab itu, apabila kredibilitas sumber menunjukkan nilai yang tinggi, maka daya tarik terhadap rasa takut akan menyebabkan perubahan sikap.

Sebagai unit yang berada di garis depan *customer service* harus memiliki daya tarik yang kuat, dalam hal menunjukkan kredibilitas untuk menyelesaikan masalah tersebut. Sehingga hal ini menjadi permasalahan yang harus diperhatikan oleh *customer service*. Agar dapat mempercayai dan menunjang ketertarikan pelanggan terhadap penggunaan produk-produk di bank papua.

Sehingga dapat terciptanya komunikasi persuasif yang demikian tentunya mempengaruhi setiap arus komunikasi dalam menarik simpati pada pelanggan di PT. Bank Papua Cabang Biak Kota.

Untuk itu peneliti akan meneliti dengan judul: “Peran komunikasi persuasif *customer service* dalam menarik simpati pada pelanggan di PT. Bank Papua Cabang Biak Kota”.

B. Perumusan Masalah

- Bagaimana peran komunikasi persuasif *customer service* dalam menarik simpati pelanggan di Bank Papua Cabang Biak Kota

C. Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui peran komunikasi persuasif *customer service* dalam menarik simpati pelanggan di Bank Papua Cabang Biak Kota?

D. Manfaat penelitian

a) Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan ilmu komunikasi, khususnya komunikasi persuasif.

b) Secara praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan manfaat bagi komunikasi persuasif dalam meningkatkan pelayanan *customer service* di PT. Bank Papua Cabang Biak Kota.

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN

A. PENGERTIAN KOMUNIKASI

Menurut *Carl Hoveland* dalam Mulyana (2005:62) bahwa komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku yang lain.

. Mencermati di atas, bahwa komunikasi pada dasarnya adalah suatu tindakan untuk mengekspresikan ide, informasi pengetahuan pikiran dan perasaan serta pemahaman apa yang diungkapkan oleh orang lain yang melibatkan isi, tetapi juga dampak emosionalnya atau efek pesan dari orang yang menerimanya.

Suatu proses dua arah kita tidak bicara 'kepada' kawan bicara kita, namun kita bicara dengan mereka. Oleh karenanya tidak ada nada komunikasi yang sama. Karena pengalaman komunikasi kita pada mereka akan berbeda setiap saat. Seperti sebuah tarian bersama, maka semua penari harus menyelaraskan gerakannya agar terlihat indah tidak atas kemauannya sendiri (Depdagri-LAN,2007:4).

Dari beberapa pengertian para ahli maka dapat disimpulkan pengertian komunikasi adalah cara mengekspresikan komunikasi, pengetahuan, pendapat yang dipahami serta dituangkan melalui pikiran dan perasaan antara pihak pengirim dan penerima pesan, baik verbal atau nonverbal untuk mengubah pikiran yang lain. Sesuai dengan pengalaman komunikasi yang dimiliki pengirim atau penerima. Karena setiap komunikasi berbeda-beda isi pesan dan sesuai dengan kebutuhannya.

B. PENGERTIAN KOMUNIKASI PERSUASIF

Pengertian Komunikasi Persuasif

Komunikasi adalah hidup kita. Setiap hari kita tidak pernah terlepas dari kegiatan komunikasi. Betapapun kegiatan komunikasi itu, tetap dimulai dengan kegiatan interaksi komunikasi. Kegiatan berkomunikasi menunjukkan bahwa sekitar 70% waktu bangun manusia dipergunakan untuk berkomunikasi. Urutannya adalah mendengarkan, berbicara, membaca, dan menulis, sekitar 10 sampai 11 jam, setiap harinya, manusia melakukan perilaku komunikasi verbal (Berlo 1961).

Istilah persuasif (persuasion) bersumber dari perkataan latin, (persuasion). Yang kata kerjanya adalah persuader, yang berarti membujuk, mengajak atau merayu.

Definisi Persuasif

Nothstine (1991) memberi batasan persuasif sebagai setiap usaha untuk mempengaruhi tindakan atau penilaian orang lain dengan cara berbicara atau menulis kepada mereka.

Brenbeck dan Howell (1952) mendefinisikan persuasif sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasikan motif orang kearah tujuan yang sudah ditetapkan.

Andersen (1972) membatasi pengertian persuasi sebagai suatu proses komunikasi interpersonal. Komunikator berupaya dengan lambang-lambang untuk mempengaruhi kognisi penerima. Jadi secara sengaja mengubah sikap atau kegiatan seperti yang diinginkan komunikator. Dalam memahami konsep persuasi, Bettinghause (1973) menjelaskan "Agar bersifat persuasi, suatu situasi komunikasi harus mengandung upaya yang dilakukan seseorang dengan sadar untuk mengubah perilaku orang lain atau sekelompok orang lain dengan menyampaikan beberapa pesan.

Sementara itu Larson (1986) mengartikan komunikasi sebagai penciptaan bersama dari suatu pernyataan identifikasi atau kerjasama diantara sumber pesan dengan penerima pesan yang dilakukan oleh penggunaan simbol-simbol

Applebaum dan Anatol (1974) mendefinisikan komunikasi sebagai “proses komunikasi kompleks pada saat individu atau kelompok mengungkapkan pesan, baik disengaja maupun tidak, melalui cara-cara verbal dan Non-verbal untuk memperoleh respon tertentu dari individu atau kelompok lain.

Ilaro (1981) mendefinisikan persuasi sebagai “communicative process of altering the beliefs, attitudes, intentions, or behavior of another by the conscious or unconscious use of words and nonverbal messages” persuasi adalah proses komunikatif untuk mengubah kepercayaan, sikap, perhatian atau perilaku baik secara dasar maupun tidak dengan menggunakan kata-kata dan pesan nonverbal.

Berdasarkan beberapa definisi yang dikemukakan, kita dapat mengambil makna dari persuasif, yaitu *melakukan upaya untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang melalui cara-cara yang luwes, manusiawi yang halus, dengan akibat munculnya kesadaran, kerelaan, dan perasaan senang serta adanya keinginan untuk bertindak sesuai dengan yang dikatakan persuader/komunikator.*

1. Tujuan komunikasi persuasif

Tujuan komunikasi persuasif yaitu untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku audiens.

Mengubah sikap, berkaitan dengan aspek efektif. Dalam aspek efektif, tercakup kehidupan emosional audiens. Jadi, Tujuan komunikasi persuasif dalam konteks ini adalah menggerakkan hati, menimbulkan perasaan tertentu, menyenangkan, dan menyetujui terhadap ide yang dikemukakan.

2. Ruang lingkup komunikasi persuasif

Komunikasi persuasif merupakan kajian khusus dari ilmu komunikasi yang menekankan aspek tujuan. Tujuan komunikasi persuasif, sebagaimana dinyatakan oleh Simons (1976) adalah untuk mempengaruhi sikap, nilai-nilai, pendapat dan perilaku seseorang.

Dengan demikian, ruang lingkup kajian komunikasi persuasif meliputi:

- a. Sumber, yaitu persuader
- b. Pesan, yang dikemas secara sengaja untuk mempengaruhi;
- c. Saluran/media
- d. Penerima, yaitu orang yang akan dipengaruhi (persuadee);
- e. Efek, yaitu adanya perubahan sikap, nilai-nilai, pendapat dan perilaku;
- f. Umpan balik;
- g. Konteks situasional

Definisi Peran

Menurut Abu Ahmadi (1982) peran adalah suatu kompleks pengharapan manusia terhadap caranya individu harus bersikap dan berbuat dalam situasi tertentu yang berdasarkan status dan fungsi sosialnya.

Pengertian peran menurut Soerjono Soekanto (2002:243), yaitu peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan.

Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran adalah suatu perilaku atau tindakan yang diharapkan oleh sekelompok orang dan atau lingkungan untuk dilakukan oleh seseorang individu, kelompok, organisasi, badan atau lembaga yang karena status atau kedudukan yang dimiliki akan memberikan pengaruh pada sekelompok orang dan atau lingkungan tersebut.

Definisi Simpati

Menurut Soerjono Soekanto (2012) simpati adalah proses seseorang merasa tertarik dengan orang lain. Agar dapat berlangsung, diperlukan adanya pengertian antara kedua belah pihak.

Max Webber (2006) perasaan simpati itu bias juga disampaikan kepada seseorang atau kelompok orang atau suatu lembaga formal pada saat-saat khusus. Misalnya apabila perasaan simpati itu timbul dari seseorang perjaka terhadap seorang gadis atau sebaliknya kelak akan menimbulkan perasaan cinta kasih atau kasih sayang.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa simpati adalah suatu proses kejiwaan dimana seseorang individu merasa tertarik kepada seseorang atau sekelompok orang karena sikapnya, penampilannya, wibawanya atau perbuatannya yang sedemikian rupa.

Peran komunikasi persuasif

Menurut simons (1976) komunikasi persuasif berfungsi sebagai ilmu pengetahuan, yaitu dengan mempelajari komunikasi persuasif, kita akan memperoleh wawasan tentang peranan persuasif. Peranan persuasif adalah menelaah tentang bagaimana keterkaitan antara individu dengan pengaruh yang dibentuk oleh individu yang lain, kelompok dan organisasi, serta lembaga tempat individu tersebut bergabung. Juga pengaruh kolektivitas atas individu yang ditimbulkannya.

C. PENGERTIAN BANK

Bank berasal dari kata italia banco yang artinya bangku. Bangku inilah yang dipergunakan oleh banker untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para nasabah sehingga istilah bangku secara resmi populer menjadi bank (Kasmir, 2003:78).

Menurut (Kasmir, 2002:2) dalam bukunya Dasar-Dasar Perbankan, dijelaskan bahwa, “Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat, serta memberikan jasa-jasa bank lainnya”.

Menurut (Siamat, 1995:66) dalam bukunya manajemen lembaga keuangan, menyatakan bahwa “Bank adalah suatu badan usaha yang kegiatan utamanya menerima simpanan dari masyarakat dan atau dari pihak lainnya, kemudian mengalokasikannya kembali untuk memperoleh keuntungan, serta menyediakan jasa-jasa dalam lalu-lintas pembayaran.

Fungsi Dan Tujuan Bank

Fungsi utama bank yaitu sebagai penghimpun dana penyalur dana masyarakat. Dalam menghimpun dana, Bank menyediakan beberapa layanan jasa yaitu penerimaan tabungan, giro, dan depositlo.

Sedangkan tujuan bank yaitu menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, 1998). Berikut penjabaran fungsi bank menurut (Kasmir 2014; 4).

1. Menghimpun dana (uang) dari masyarakat dalam bentuk simpanan.
2. Menyalurkan dana kemasyarakat.
3. Memberikan jasa-jasa bank

Dapat disimpulkan bahwa, bank merupakan lembaga perantara antara masyarakat yang kelebihan dana dengan masyarakat yang kekurangan dana. Masyarakat kelebihan dana maksudnya adalah masyarakat yang memiliki dana yang disimpan di bank atau masyarakat yang memiliki dana yang digunakan untuk investasi di bank. Sedangkan bagi masyarakat yang kekurangan dana digunakan untuk

membiayai suatu usaha atau kebutuhan rumah tangga dapat menggunakan pinjaman dari bank.

Pengertian *Customer Service*

Customer service adalah setiap kegiatan yang peruntukan atau ditunjukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi kegiatan dan kebutuhan nasabah (Kasmir, 2008: 180).

Peranan *customer service* bank yang utama adalah mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah dan berusaha untuk mendapat nasabah baru. Melalui berbagai pendekatan. Misalkan meyakinkan tentang kualitas produk bank.

Tugas *customer service* disamping untuk mempertahankan nasabah lama agar nasabah tersebut tidak lari dan berpindah ke bank lain, tetapi juga harus mampu untuk menarik calon nasabah baru serta memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan kepada semua nasabah. Sehingga dapat mempermudah *customer service* untuk melakukan cross selling terhadap produk-produk yang terdapat pada bank.

Yang harus diperhatikan *customer service* saat melayani nasabah adalah berikan kepada nasabah yang datang.

- a. Berikan senyuman kepadanya
- b. Ucapkan salam kepadanya (mis:selamat pagi pak/bu)
- c. Ucapkan sapa : ada yang bias saya bantu pak/bu
- d. Berikan pertanyaan yang terbaik dengan prinsip “Nasabah adalah Raja”
- e. Ucapkan maaf untuk memperluas permintaan
- f. Menanggapi complain nasabah dengan bijaksana
- g. Responsif setelah mengetahui keluhan nasabah
- h. Berikan salam, permintaan maaf jika kurang memuaskan kepada nasabah pada saat akan meninggalkan anda.

Tugas Dan Wewenang *Customer Service*

Tugas *customer service* secara umum adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan nasabah sesuai dengan pedoman atau ketentuan bank sehingga harus ditekuni dengan penuh kemampuan, kecekatan dan kesabaran. Seorang *customer service* juga harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan.

Tugas *customer service* (Modul Klasikal Laboratorium Operasional Bank, 2013:2) adalah:

1. Memberikan kepada nasabah yang berkaitan dengan pembukaan rekening tabungan, giro, deposito dan permohonan nasabah yang lainnya.
2. Menerima, melayani dan mengatasi permasalahan yang disampaikan oleh nasabah sehubungan dengan ketidakpuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh pihak *customer service*
3. Mengadministrasikan daftar Hitam Bank Indonesia dan daftar rehabilitasi nasabah serta file nasabah.
4. Memperkenalkan dan menawarkan produk dan jasa yang ada dan yang baru sesuai dengan dengan keinginan dan kebutuhan nasabah

Selain memiliki tugas dan fungsi maka seorang *customer service* pun memiliki wewenang. Wewenang inilah yang merupakan wujud konkrit tugas secara lebih khusus terhadap pekerjaan yang diembannya, yaitu menyelesaikan pekerjaan sampai

tuntas dengan baik (tidak ada yang tergantung atau tidak ada masalah yang timbul dari pekerjaannya, kecuali hal itu memang terjadi diluar jangkauannya.

Menurut Anggraeni (2013:3) customer service memiliki wewenang sebagai berikut:

- a. Menyaksikan nasabah mengisi dan menandatangani formulir aplikasi serta perjanjian-perjanjian
- b. Melakukan penolakan permintaan pembukaan rekening bila tidak memenuhi syarat atau prosedur yang ditetapkan oleh bank
- c. Melakukan merevisi tanda tangan nasabah
- d. Melakukan penutupan rekening baik atas permintaan nasabah maupun karena sebab lainnya sesuai prosedur bank

D. TEORI KREDIBILITAS SUMBER/ *The Source Credibility*

“The Source Credibility Theory States that people are more likely to be persuaded when the source present it self as credible” (Hovland, Janis & Kelley: 1953). Pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa sumber atau komunikator yang kredibel akan lebih mudah mempengaruhi orang lain, sehingga jika komunikator ahli dapat dipercaya maka komunikannya akan lebih di pengaruhi untuk mengikuti apa yang menjadi tujuan komunikator dalam melakukan komunikasi. Onong Uchjana Effendy juga mengatakan bahwa:

“Dalam bentuk proses komunikasi seorang komunikator akan sukses apabila ia berhasil menunjukkan *Source Of Credibility*, artinya menjadi sumber kepercayaan bagi komunikan kepada komunikator ditentukan oleh keahlian komunikator dalam bidang pekerjaannya serta dapat tidaknya dipercaya”. (Effendy, 2000: 305)

Selanjutnya (Effendy, 2003: 43) menyebutkan bahwa factor penting dalam komunikator pada saat melakukan kegiatan komunikasi adalah sumber daya tarik (*Source attractiveness*) dan sumber kepercayaan, yaitu sebagai berikut:

a) *Sumber Daya Tarik*

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya Tarik jika komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan komunikator.

b) *Sumber Kepercayaan*

Factor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil adalah kepercayaan komunikan pada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator.

c) *Etos*

Factor ketiga komunikator harus memiliki etos. (Jalaludin Rahmat, (2001) Etos berarti sumber kepercayaan yang di tunjukan oleh seorang komunikator atau orator bahwa ia memang pakar dalam bidangnya, sehingga oleh karena seorang ahli, maka ia dapat dipercaya. Kepercayaan komunikan terhadap komunikator ditentukan oleh keahlian komunikator dalam bidang tugas pekerjaannya dan dapat tidaknya ia dipercaya.

d) *Professional*

Factor keempat komunikator harus professional, karena professional adalah orang yang memiliki profesi atau pekerjaan yang dilakukan dengan memiliki kemampuan yang tinggi dan berpegang teguh kepada nilai moral yang mengarahkan serta mendasari perbuatan. Definisi professional adalah

orang yang hidup dengan cara mempraktekan suatu ketrampilan atau keahlian tertentu yang terlibat dengan suatu kegiatan menurut keahliannya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa. Dalam menarik simpati pada pelanggan di PT.Bank Papua Cabang Biak Kota adalah seorang customer service harus menunjukkan daya tarik, kepercayaan, etos, dan professional (Source Of Credibility) . Agar pesan yang di informasikan dapat dipercaya para pelanggan. Sehingga pesan-pesan yang disampaikan itu, dapat mempengaruhi para pelanggan untuk mengikuti apa yang komunikator inginkan.

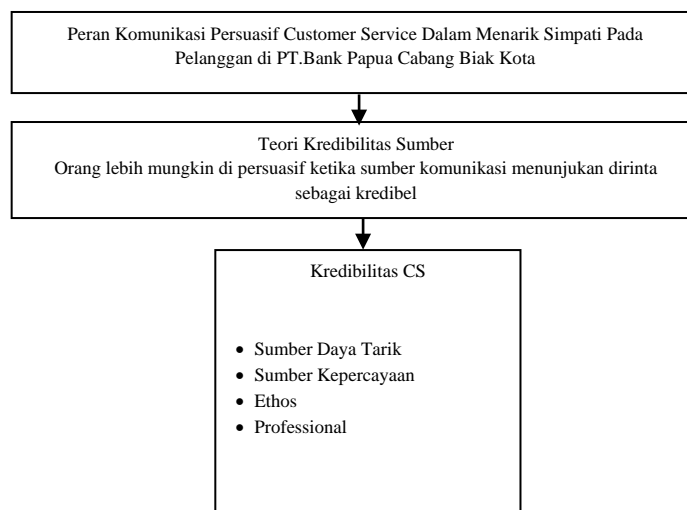
Sehingga dalam komunikasi persuasif customer service dapat mempercayai, membujuk atau mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku. Intinya dorongan yang timbul atau sukses dari diri customer service dapat meraih tujuan dalam menarik simpati pelanggan di PT. Bank Papua Cabang Biak Kota.

E. KERANGKA PEMIKIRAN

Menurut Uma Sekaran dalam Sugiyono (2011: 60) mengemukakan bahwa “kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting.

Sehingga dalam bentuk proses komunikasi akan berjalan efektif apabila komunikator menunjukkan kredibilitasnya. (Hovland, Janis & Kelley: 1953) Kredibilitas adalah seseorang (komunikator) yang memiliki keahlian yang dapat dipercaya orang lain (komunikator) untuk mengikuti apa yang diinginkan komunikator. untuk itu komunikator diharapkan untuk dapat memiliki kredibilitas, antara lain: sumber daya tarik, sumber kepercayaan, ethos dan professional. (Effendy, 2003: 43).

Sehingga dapat disimpulkan dengan penelitian ini bahwa dalam menarik simpati pada pelanggan di PT.Bank Papua Cabang Biak Kota adalah seorang customer service harus menunjukkan *Source Of Credibility*, melalui factor-fakor yang mendasari antara lain: sumber daya tarik, sumber kepercayaan, ethos dan professional.



METODOLOGI PENELITIAN

A. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN

Waktu penelitian dilakukan selama 6 bulan, setelah judul diterima. Dengan rincian satu bulan dilakukan untuk bimbingan dan penyusunan proposal. 5 bulan melakukan penelitian di lapangan dan penyusunan skripsi.

Adapun yang menjadi tempat penelitian ini adalah di Kabupaten Biak Numfor-Provinsi Papua, tepatnya di PT.Bank Papua Cabang Biak Kota. Sebagai objek penelitian ini didasarkan sebagai berikut: Cabang Biak Kota lebih mudah untuk peneliti mendapatkan data dan informasi, dikarenakan letak yang mudah dijangkau, dan cabang pusat terbesar dibandingkan cabang-cabang lainnya.

B. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan keadaan sesungguhnya dari komunikasi persuasif dalam menarik simpati pada pelanggan di PT.Bank Papua Cabang Biak Kota. Dengan cara mengumpulkan data dan informasi di lapangan.

Bodgan dan Taylor (dalam Ruslan, 2010:213) mengatakan bahwa pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan dan tingkah laku yang dapat diamati dari satu individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam konteks setting tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh. Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

C. FOKUS PENELITIAN

Focus penelitian dari penulis adalah sebagai berikut:

Bagaimana peran komunikasi persuasif *customer service* dalam menarik simpati pada pelanggan di Bank Papua Cabang Biak Kota.

Adapun fokus penelitian ini melalui aspek-aspek sebagai berikut :

1. Sumber Daya Tarik
2. Sumber Kepercayaan
3. Etos
4. Professional

D. INFORMAN PENELITIAN

Informan dalam penelitian ini adalah karyawan Bank Papua, khususnya lewat 2 orang yang berada di bagian *Customer Service*. Pemilihan dari informan ini adalah dengan teknik purposive sampling. Teknik Purposive Sampling merupakan siapa subjek yang ada dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang dibutuhkan (Silalahi, 2012:272).

Adapun informan penelitian ini adalah pelanggan bank Papua. Pemilihan dari informan ini adalah dengan teknik sampling aksidensial ialah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti, dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2001:60).

E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sumber primer yaitu data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya.

Menurut (Sugitono, 2014:224) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

1. Teknik wawancara. Menurut Esterber dalam (sugiono,2014:231)
2. Teknik Pengamatan/observasi. Menurut Sutrisno Hadi dalam (Sugiyono, 2014:145)
3. Teknik Dokumentasi, Menurut (Sugioyono, 2014:240)

F. TEKNIS ANALISIS DATA

Analisis data kualitatif menurut Bogdan dan Bikken dalam (Moleong,2007:248) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data,mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola dan menemukan apa yang penting dari apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Kegiatan analisis menurut Miles dan Huberman dalam (silalahi, 2012:338-341) terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu:

- a. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.
- b. Penyajian data yaitu sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Melalui data yang disajikan, kita melihat dan akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan lebih jauh menganalisis atautkah mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian tersebut.
- c. Penarikan kesimpulan yaitu makna-makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya, kekukuhannya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya.

Pengumpulan dan pengambilan data informan yang akan dikumpulkan dari hasil wawancara, pengamatan yang sudah ditulis dalam catatan lapangan, dokumentasi pribadi, gambar,foto, dan sebagainya akan diolah berdasarkan tiga kegiatan ini yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memperoleh penjelasan tentang bagaimana Peran Komunikasi Persuasi *Customer Service* Dalam Menarik Simpati Pada Pelanggan Di PT. Bank Papua Cabang Biak Kota.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

1. Sejarah Perusahaan

PT. Bank Pembangunan Daerah Papua yang sebelum menjadi Perseroan Terbatas bernama Bank Pembangunan Daerah Papua Irian Jaya, didirikan pada tanggal 13 April 1966 berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Irian Barat Nomor : 37/GIB/1966 dan disahkan menjadi peraturan daerah provinsi Irian Barat Nomor 1 Tahun 1970 tanggal 23 maret 1970, pada lembaran Daerah Provinsi Irian Barat No. 42 tahun 1970, kemudian sesuai Surat Keputusan Menteri Keuangan RI No. Kep.283/DDK/II/1972 tanggal 15 juli 1972 tentang pemberian izin usaha Bank Pembangunan Daerah irian barat berkedudukan di jayapura melaksanakan operasional sebagaimana Bank Umum lainnya dengan Modal Dasar pertama kali ditetapkan sebesar IB Rp. 4 juta.

Selanjutnya sesuai Peraturan Daerah Provinsi Irian Jaya (PERDA) Nomor 7 Tahun 1996 terjadi perubahan modal dasar Bank Papua menjadi sebesar RP. 50 Milliar, kemudian sesuai hasil keputusan RUPS Nomor : 05/SK/RUPS-BPD/XII/2000 telah diputuskan untuk mengubah bentuk hukum Bank Pembangunan Daerah Irian Jaya dari Perusahaan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT), dan selanjutnya berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) yang diselenggarakan pada tanggal 17 juni 2001 disetujui perubahan modal dasar Bank Papua menjadi RP.150 Milliar.

Perubahan menjadi Perseroan Terbatas (PT) ini selanjutnya dituangkan dalam Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2002 tanggal 21 mei 2002 tentang Bank Pembangunan Daerah Papua dan telah diundangkan dalam lembaran Daerah Provinsi Nomor 23 Tahun 2002, Akta Pendirian Perseroan Terbatas di hadapan Notaris Maryatie Simanjuntak, SH Nomor 01 tanggal 19 juni 2002 dan telah disahkan Menteri Kehakiman dan HAM Republik Indonesia dengan Nomor: C-13031 HT.01.01.TH.2002 tanggal 16 juli 2002 dan berita Negara RI Nomor: 61 tanggal 30 juli 2002, dan telah mendapatkan persetujuan Deputi Gubernur Bank Indonesia No.4/147/KEP.Dp.6/2002 tanggal 11 september 2002.

Berdasarkan Surat Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) PT. Bank Pembangunan Daerah Papua Nomor: 03/SK/RUPS-BPD/VI/2004 tanggal 22 juni 2004 komposisi modal dasar Bank Papua dari Rp 150 Milliar menjadi Rp 500 Milliar , selanjutnya untuk memenuhi kebijakan Bank Indonesia tentang Arsitektur Perbankan Indonesia (API) dalam hal ketentuan pemenuhan Modal Minimum Bank (Capital Requirement) hingga tahun 2010, maka sesuai Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) PT. Bank Pembangunan Daerah Papua Nomor : 07/SK/RUPS-BPD/V/2007 modal dasar bank papua disepakati menjadi sebesar RP 1 Triliun sesuai Akta Notaris dan Pejabat Pembuat Akta Tanah Lilis Heryeni,SH No. 08 tanggal 08 agustus 2008. Modal Dasar Perseroan tersebut terbagi atas 200.000 lembar saham yang terdiri atas saham seri A sebanyak 180.000 lembar saham dan saham seri B sebanyak 20.000 lembar saham.

Ditahun 2010, perlu disampaikan pula bahwa pada Rapat Umum Pemegang Saham terjadi perubahan Modal Dasar Bank Papua yaitu Perubahan dari Rp 1 Triliun menjadi Rp 2 Triliun yang kemudian disahkan dalam SK Rapat Umum Pemegang Saham Nomor : 11/SK/RUPS-BPD/III/2010 tanggal 29 maret 2010 tentang Perubahan Modal Dasar PT. Bank Pembangunan Daerah Papua, yang Kemudian diputuskan sesuai keputusan Menteri Hukum dan HAM Republik Indonesia Nomor: AHU-30935.AH.01.02 Tahun 2010 tentang Persetujuan Akta Perubahan Anggaran Dasar Perseroan.

Pada Rapat Umum Pemegang Saham tanggal 21 Agustus 2013 di Timika telah terjadi perubahan Modal Dasar Bank Papua yaitu dari Rp 2 Triliun menjadi Rp 4 Triliun yang kemudian disahkan dalam SK Rapat Umum Pemegang Saham Nomor : 02/SK/RUPS-LB/BPD/VIII/2013 tanggal 21 Agustus 2013 tentang Peningkatan Modal Dasar PT. Bank Pembangunan Daerah Papua, yang kemudian diputuskan sesuai Keputusan Menteri Hukum dan HAM Republik Indonesia Nomor : AHU-59466.AH.01.02. Tahun 2013 tanggal 19 November 2013 tentang Persetujuan Akta Perubahan Anggaran Dasar Perseroan. Yang diperkuat dengan Peraturan Daerah Papua (PERDA) Nomor : 19 Tahun 2013 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Provinsi Papua Nomor 2 Tahun 2002 tentang Bank Pembangunan Daerah Papua.

Selanjutnya jumlah kantor dan Delivery Channel PT. Bank Pembangunan Daerah Papua posisi per 31 Maret 2019 yang tersebar di Tanah Papua dan di Luar Papua berjumlah 770 jaringan sebagai berikut:

2. Budaya Perusahaan

Budaya Kerja:

Budaya kerja bank Papua yaitu: “Berpikir, Bertindak secara Bisnis” yang memiliki makna:

“memikirkan dan melakukan setiap tindakan profesional yang memberikan nilai tambah kepada semua pihak yang terkait dengan Bank Papua”.

1. Melayani

Pelayanan yang tulus kepada setiap orang dengan cepat, tepat dan efektif yang dilakukan oleh setiap unit kerja dan insan Bbk Papua secara terus menerus guna kepuasan semua pihak terkait.

2. Efisien

Melakukan setiap tindakan secara terencana, dilandasi dengan kejujuran untuk memperoleh manfaat yang optimal bagi perusahaan.

3. Responsif

Tanggap terhadap perubahan, memberikan solusi cepat dan tepat serta peka terhadap situasi internal dan eksternal yang berhubungan dengan perusahaan

4. kewirausahaan

Jiwa wirausaha yang sudah melekat dalam pribadi-pribadi seorang pegawai yang mampu menangkap, mengembangkan dan menciptakan peluang guna menghasilkan nilai tambah ekonomis bagi perusahaan.

5. Asas Manfaat

Menetapkan skala prioritas dan melaksanakannya dengan memanfaatkan sumber daya jangka pendek dan jangka panjang untuk kepentingan perusahaan.

6. Risiko yang diperhitungkan

Setiap tindakan harus memberikan nilai tambah bagi perusahaan dengan memperhitungkan risiko.

7 Kerjasama

3. Visi, Misi Dan Motto

Setiap perusahaan pasti mempunyai dasar atau Patokan untuk terus maju, begitu juga dengan PT Bank Papua yang mempunyai Visi dan Misi.

Visi :

“ Menjadi Bank Regional yang Kuat, Terpercaya, Berdaya Saing dan Mendukung Pembangunan Ekonomi Di Tanah Papua ”

Misi :

1. Memberikan pelayanan terbaik kepada Stakeholder
2. Mengelola bisnis melalui praktek perbankan yang sehat;

3. Menjalankan bisnis secara profesional;
4. Mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di Tanah Papua.

Motto :

“Membangun Tanah Papua”

4. STRUKTUR ORGANISASI

Profil Informan

a. Informan I

Nama : RM

Usia : 28

Alamat : Mandala, Biak-Papua

Status : Belum Menikah

Hobby : Menyanyi

Pendidikan : S1

Awal Kerja di Bank Papua : 2016

Wanita kelahiran 28 tahun silam yang memiliki nama lengkap RM ini juga menjabat seorang *customer service* di PT.Bank Papua sejak tahun 2016. Sampai sekarang. RM itulah nama panggilannya yang begitu mudah untuk diingat oleh para nasabah yang datang ke Bank Papua. Selama hampir 3 tahun ini, wanita yang memiliki senyuman yang indah dan hobby menyanyi tersebut memang menjadi karyawan yang paling aktif dalam kerjanya.

Jika ditanya awal mula perjalanan kariernya di dunia perbankan di Bank Papua, diakui RM awal kariernya tidak seperti yang dibayangkan oleh kebanyakan orang. Menurutnya, awal kariernya di bidang perbankan adalah hanya coba-coba ikut tes di bank papua. Dua kali tes yang pertama tahun 2014 dan 2016, dan ternyata baru lulus tahun 2016. Selanjutnya masuk di bank papua bulan Juni 2016, awal masuk ditempatkan di bank papua biak bagian kredit pegawai, terus enam bulan rolling lagi ke marketing, selanjutnya rolling lagi ke bagian teller di kantor cabang pembantu dan kantor kas, dan selanjutnya di tempatkan di bagian customer service mulai bulan September 2017 sampai sekarang.

Menjadi seorang *customer service* yang belum memiliki pengalaman jam terbang melayani orang banyak. Ia harus berjuang keras menunjukkan cara kerja dan profesionalnya kepada para nasabah-nasab Bank Papua.

Sehingga ia memang harus bekerja sebaik mungkin agar terlihat mampu melayani nasabah terlebih khusus seluruh masyarakat. Maka itulah RM telah memetik hasil manis dari jeri payahnya selama ini. Selain dikenal sebagai salah satu customer service yang memiliki daya tarik yang sangat kuat.

Banyak yang mengidolakannya sebagai *customer service* yang manis, baik hati dan murah senyum. Maka tak heran jika ia disaat pelayanannya sebagai customer service, banyak nasabah yang sangat senang bertemu dengannya. Sehingga membuat banyak nasabah ingin berlama-lama untuk dilayani karena senyum,sapa,salam yang RM berikan kepada seluruh nasabah.

b. Informan II

Nama : TR

Tempat & tanggal lahir : Biak

Usia : 33

Alamat : kompleks pemda dalam, samofa (Biak-Papua)

Status : PNS

Hobby: Membaca

Pendidikan terakhir : S1

Ibu TR atau biasa yang dipanggil TR. Adalah salah satu pegawai negeri sipil di kabupaten biak numfor. Pada tahun 2005 . Yang memulai kariernya di dunia pemerintahan.

Ia beralamat tempat tinggal di samofa-kompleks pemda dalam no. 25 yang mempunyai 5 anak. 2 anak yang telah selesai study dan 3 orang anak yang masih dalam bangku sekolah.

Ibu TR mulai bergabung atau membuka rekening di bank papua tahun 2015. Sebelumnya ibu TR memang sudah lama menjadi nasabah di bank lain. Namun karena satu dan lain hal yang memang menjadi suatu kewajiban seluruh pegawai negeri sipil baik yang bekerja di kabupaten biak numfor. Agar dapat menerima atau dapat mengambil gaji bulanan mereka hanya melalui Bank Papua. Sehingga ibu TR harus menjadi salah satu nasabah di bank papua,

Disisi lainnya pun dengan menabung di Bank Papua. Ibu TR juga dapat berinvestasi di Bank Papua agar dapat memenuhi kebutuhan anak-anaknya baik menggunakan produk-produk yang ada di Bank Papua seperti, kredit, Deposito, Pembukaan Rekening dan menggunakan produk-produk lainnya seperti simpeda, simanja, tabunganku maupun simpel. Untuk dapat memenuhi kebutuhan keluarganya dan anak-anaknya.

B. HASIL PENELITIAN

Pada dasarnya hakekat yang terkandung dalam komunikasi adalah adanya kesamaan makna dan kesamaan pengertian diantara individu-individu yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut. Peranan komunikasi dalam suatu perusahaan sangatlah penting, karena tidak mungkin suatu perusahaan berjalan baik dalam mencapai tujuannya tanpa adanya komunikasi yang baik dan harmonis.

Dalam perusahaan perbankan, *customer service* merupakan *front liner* yang berhadapan langsung dengan nasabah. Apa yang dilakukan oleh customer service merupakan cerminan suatu bank. Jika *customer service* memberikan pelayanan yang terbaik, maka baik pula respon nasabah terhadap bank dan sebaliknya.

Namun didalam proses interaksi kadang kala informasi yang diberikan *customer service* kurang efisien dalam menarik simpati pelanggan.

Berikut ini hasil penelitian yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti dengan berpatokan pada fokus penelitian:

Berikut ini adalah hasil penelitian tentang apakah anda sudah melaksanakan tugas dan kewajiban anda sebagai seorang *customer service*?

Berikut ini penuturan informan *customer service* 01 : *kalau tugas kita adalah bagian front liner. Kami yang dibidang wajah dari bank papua. Jadi pada saat nasabah datang tidak ke backoffice tetapi langsung ke bagian pelayanan, jadi kita seperti roll model. Dan berbicara tentang kewajiban? Menurut saya sudah, karena kami sudah lakukan sesuai dengan standard S.O.P dengan senyum, salam, sapa, dan melayani dengan hati.*

Berikut penuturan informan *customer service* 02 : *ia sudah, karena sudah menjalankan tugas sebagai customer service sesuai dengan S.O.P bank papua. Dalam pembukaan rekening terkait dengan produk-produk bank papua, itu tugasnya kami. Intinya melayani pelayanan bank papua di mulai dari customer service.*

Dari pemaparan yang diberikan oleh customer service PT.Bank Papua Cabang Biak Kota. Bahwa dalam pelayanan sebagai customer service mereka sudah menjalan

tugas dan tanggung jawab, karena sudah sesuai dengan S.O.P yang berlaku. Dan dalam menawarkan produk-produk yang tersedia di Bank Papua.

Berikut ini adalah hasil penelitian tentang apakah tugas dan kewajiban dari seorang customer service telah dijalankan?

Berikut penuturan informan latar belakang PNS: *hmm. Iya, mereka telah melakukan hak dan kewajiban mereka sebagai customer service.*

Berikut ini penuturan informan latar belakang pengusaha : *sudah, mereka sudah melaksanakan tanggung jawab mereka dengan baik.*

Berikut ini penuturan informan Tidak bekerja: *saya rasa sudah, pelayanan mereka baik-baik saja.*

Dari pemaparan yang berikan oleh nasabah latar belakang PNS, Pengusaha dan Tidak bekerja. Bahwa customer service telah melaksanakan hak dan kewajibannya, sudah sangat baik.

Berikut ini adalah hasil penelitian tentang apakah perilaku yang anda berikan sudah sesuai dengan yang diharapkan?

Berikut ini penuturan informan customer service 01 : *perilaku kami sejauh ini puji Tuhan baik, Karena sudah sesuai dengan standard layanan. Sehingga nasabah dapat nyaman dengan pelayanan kami. Karena jika tidak terlaksana, pasti banyak nasabah, kita mau berdiri salam dan ucap trima kasih, nasabahnya sudah jalan dan pergi.*

Berikut ini penuturan informan customer service 02 : *jika mereka kurang puas dengan pelayanan. Kami ajak cerita, dan ditanya apa penyebabnya, apa masalahnya. Disitu baru nanti bisa kita tanya-tanya. Buat sesuatu yang enaklah. Dan untuk selama ini di customer service, belum ada complain karena melayaninya dengan senyum,sapa,salam.*

Dari pemaparan yang berikan oleh customer service PT.Bank Papua Cabang Biak Kota. Bahwa seorang customer service harus memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan standard pelayanan. Sehingga para nasabah tetap merasa nyaman. dan selama ini belum ada complain karena kami melayani dengan senyum, sapa, salam.

Berikut hasil penelitian tentang bagaimana sikap dan perilaku dari customer service dalam melayani nasabah di PT.Bank Papua ?

Berikut ini penuturan informan oleh latar belakang PNS : *iya, menurut saya sikap yang diberikan oleh customer service, saya rasa sudah baik. Karena selama saya disini yang saya lihat mereka sangat sopan, saya senang karena mereka baik, dan selalu tersenyum pada kita. Tidak perna untuk marah-marah.*

Berikut ini penuturan informan latar belakang Pengusaha : *selama saya disini perilaku mereka sangat terpuji, disaat kita datang mereka menyapa kita terlebih dahulu dan memperlakukan kita seperti raja.*

Berikut ini penuturan informan latar belakang Tidak bekerja : *ya kalau menurut saya pelayanan mereka sudah baik. Terutama berbicara tentang sikap mereka.*

Dari pemaparan yang berikan oleh nasabah latar belakang PNS, Pengusaha dan Tidak bekerja. Bahwa sikap dan perilaku customer service sudah baik, sopan dan sangat terpuji. Tidak marah-marah dan selali memperlakukan nasabah seperti raja.

Berikut hasil penelitian tentang bagaimana ekspresi wajah dari customer service dalam melayani nasabah di PT.Bank Papua ?

Berikut ini penuturan informan latar belakang PNS : *menurut saya disaat pelayanan, mereka selalu tersenyum pada kita, tidak pernah menunjukkan wajah cuek*

yang menunjukkan bahwa mereka sedang marah atau tidak senang. Malahan mereka sangat ramah.

Berikut ini penuturan informan latar belakang Pengusaha : *ya, kalau berbicara tentang ekspresi wajah. Kalau mau dibilang, mereka cantik dan manis-manis, disaat kami datang wajah mereka biasa-biasa saja malahan senyuman yang selalu kami lihat.*

Berikut ini penuturan informan latar belakang tidak bekerja : *mereka baik, dan sopan disaat melayani kami, mereka tidak pernah untuk marah-marah atau membuat wajah kalau mereka sedang marah. Walau sudah jam istirahat makan siang. mereka berusaha melayani kita dengan baik meskipun harus bergantian.*

Dari pemaparan yang berikan oleh nasabah latar belakang PNS, Pengusaha dan Tidak bekerja. Bahwa disaat pelayanan ekspresi wajah customer service sangat baik. Tidak cuek dan tidak pernah menunjukkan wajah marah. Walaupun sudah lewat dari waktu istirahat pelayanan kepada nasabah.

Berikut hasil penelitian tentang bagaimana cara berbicara customer service dalam melayani nasabah di PT.Bank Papua ?

Berikut ini penuturan informan latar belakang PNS : *iya, gaya berbicara dari mereka sangat halus. Tidak pernah saya mendengarkan mereka untuk berbicara kasar pada kami nasabah.*

Berikut ini penuturan informan latar belakang Pengusaha : *menurut saya, cara berbicara mereka sudah baik, sangat lembut. Dan saya senang kalau berinteraksi dengan mereka.*

Berikut penuturan informan latar belakang Tidak bekerja : *pelayanan mereka baik, nada berbicara mereka sopan dan tidak kasar. Malahan mereka menyesuaikan diri dengan kami. mereka tidak pernah memakai bahasa-bahasa tinggi tetapi pembawaan mereka lebih ke dialek sehari-sehari. Sehingga kami mudah untuk mengerti maksud mereka.*

Dari pemaparan yang berikan oleh nasabah latar belakang PNS, Pengusaha dan Tidak bekerja. Bahwa cara berbicara customer service sangat lembut, tidak kasar, pembawaan gaya bicara mereka sangat mudah untuk dimengerti.

Berikut ini adalah hasil penelitian tentang apakah perhatian yang di berikan sudah ikut merasakan apa yang dirasakan para nasabah?

Berikut ini penuturan informan customer service 01 : *kami berusaha memahami mereka, kita fokus pada apa yang mereka dialami, jadi kami menyimak agar kami bisa menjawab apa yang mereka butuhkan dan jawaban tidak melenceng sesuai dengan S.O.P bank papua, dan mengenai tentang produk-produk kami, jika ada nasabah yang belum tau tentang produk-produk bank. Maka kami jelaskan, sesuai dengan S.O.P bank papua.*

Berikut ini penuturan informan customer service 02: *ia sudah, contohnya seperti sekarang. walaupun sudah sore, standardnya kita adalah senyum, sapa, dan salam. Jadi disaat nasabah datang, kita harus sapa terlebih dahulu, baik itu tatap muka maupun melalui telepon.*

Dari pemaparan yang berikan oleh customer service PT.Bank Papua Cabang Biak Kota. Bahwa mereka terlebih dahulu harus menyimak dan memahami para nasabah. Agar dapat menjawab tidak melenceng dari apa yang dibutuhkan para nasabah. Baik tatap muka maupun melalui telepon. Terutama menjeskan mengenai produk-produk Bank Papua. Sehingga pelayanan mereka sesuai dengan S.O.P Bank Papua.

Berikut ini hasil penelitian tentang bagaimana cara mendengarkan *customer service* terhadap keluhan nasabah ?

Berikut ini penuturan informan latar belakang PNS : *menurut saya, disaat saya berbicara, mereka sangat focus pada apa yang saya sampaikan, mereka mendengarkan dan memberikan masukan mengenai apa yang saya butuhkan.*

Berikut ini penuturan informan latar belakang pengusaha : *yang pertama adalah tatapan mata mereka selalu tertuju pada saya disaat saya berbicara. Jadi saya rasa mereka sangat mendengarkan apa yang saya sampaikan.*

Berikut ini penuturan informan latar belakang Tidak bekerja : *iya, kadang disaat saya berbicara mereka selalu mendengarkan dengan baik. Apa yang saya butuhkan dan mereka selalu memberikan masukan.*

Dari pemaparan yang berikan oleh nasabah latar belakang PNS, Pengusaha dan Tidak bekerja. Bahwa cara mendengarkan *customer service* sudah baik, mereka sangat focus kepada nasabah. Mendengarkan apa yang disampaikan nasabah dan selalu memberikan masukan terhadap keluhan atau masalah yang sedang nasabah alami.

Berikut hasil penelitian tentang apakah pelayanan *customer service* sudah ikut merasakan apa yang dirasakan nasabah?

Berikut ini penuturan informan latar belakang PNS: *iya sudah, karena apa yang kami inginkan sudah tercapai.jadi pertama adalah mereka melayani berdasarkan nomor antrian, jadi tetap kita menunggu sampai nomornya, lalu kita bisa maju kedepan. untuk mereka melayani itu sangat baik. Tetapi kalau untuk produk-produk tidak pernah dijelaskan. Nanti kita datang kita yang membaca sendiri brosur yang ada, sehingga kami dapat mengerti apa kegunaan dari produk-produk bank papua.*

Berikut ini penuturan informan latar belakang pengusaha: *iya, sudah, Karena mereka sangat tertuju kepada apa yang diinginkan dari para kami nasabah. Contohnya walaupun sudah sore, sudah selesai jam kerja mereka, namun jika masih banyak nasabah yang belum selesaikan kepentingan mereka, malahan diberikan waktu untuk dapat menemui *customer service*. Sampai apa yang nasabah perlu dapat terselesaikan.*

Berikut ini penuturan informan latar belakang Tidak bekerja : *iya, kalau menurut saya sudah baik pelayanannya. Sudah ikut memahami apa yang diinginkan nasabah. Namun ada satu hal yang saya kurang senang dari pelayanan mereka yaitu disaat pelayanan berlangsung, dimana kita harus menunggu sesuai nomor antrian untuk dapat bertemu dengan *customer service*. Namun yang terjadi tidak sesuai dengan apa yang kami harapkan karena jika ada keluarga atau ada orang yang mereka kenal mereka selalu mengutamakan orang itu atau keluarga mereka. Adapula perhatian yang lebih, contohnya: kepada mereka yang sedang mengurus kredit di bank papua. Sehingga mereka yang selalu didahulukan dan kami harus tetap menunggu sampai nomor antrian kami dipanggil.*

Dari pemaparan yang berikan oleh nasabah latar belakang PNS, Pengusaha dan Tidak bekerja. Bahwa pelayanan *customer service* sudah baik. Sudah sangat merasakan apa yang dibutuhkan nasabah.

Berikut ini adalah hasil penelitian tentang bagaimana pelayanan yang anda berikan dalam menarik simpati pelanggan mengenai produk-produk bank ?

Berikut ini penuturan informan *customer service* 01: *Ohhh....kami jelaskan!! Terutama dalam menawarkan dan memperkenalkan produk-produk yang ada di bank papua. Kami sampaikan cara menabung. Contohnya: “bapak, baik-baik menabung agar disaat perlu uang ada tabungan yang disisihkan”. Kami berikan edukasi pada*

mereka sehingga mereka tau dengan produk-produk yang ditawarkan, apa fungsi dan manfaat produk kami.

Berikut ini penuturan informan customer service 02 : *dalam hal menarik perhatian pelanggan. Disitu kita sebagai customer service harus mampu memberikan pelayanan yang baik. Baik itu cara berbicara, dan raut wajah yang tidak kasar. walaupun sudah waktunya untuk jam istirahat. Pelayanan kami harus tetap kami jaga. Sehingga para nasabah tidak bosan dan dapat tertatik dengan pelayanan kami.*

Dari pemaparan yang berikan oleh customer service PT.Bank Papua Cabang Biak Kota. Bahwa sebagai customer service harus memberikan pelayanan yang baik. Cara berbicara, raut wajah yang baik. agar nasabah tertarik pada pelayanan mereka dan disitu pun customer service harus lebih mengutamakan informasi mengenai produk-produk Bank Papua. Mereka selalu sampaikan dan selalu memberikan edukasi kepada para nasabah maupun calon nasabah.

Berikut ini adalah hasil penelitian tentang bagaimana penampilan customer service di Bank Papua ?

Berikut ini penuturan informan latar belakang PNS : *ya, saya sangat tertarik dengan pelayanan mereka. Kemudian yang berikutnya adalah agar tujuan kita kesini itu bisa tercapai. Mereka melayani juga dengan baik, mereka tidak kasar, biasanya yang kasar itu nasabah. Malahan hubungan kita bisa lebih akrab. Kalau berbicara tentang penampilan saya rasa sudah baik..*

Berikut ini penuturan informan latar belakang Pengusaha : *iya, untuk penampilan dari customer service. Saya rasa mereka semua sangat rapih, mulai dari rambut, make-up, sampai dengan cara berpakaian mereka sudah sangat bagus. Warna cerah yang selalu digunakan oleh customer service. Sehingga kami yang sebagai nasabah tidak pernah bosan untuk melihat dan dilayani oleh mereka.*

Dari pemaparan

Berikut ini penuturan informan latar belakang Tidak bekerja: *iya, penampilan mereka sangat baik. Pakaian yang mereka pakai sudah sesuai hari pelayanan. Sehingga kalau kami masuk di dalam ruangan sejuk melihat petugas-petugasnya, karena semua terlihat kompak. Dari penuturan di atas bahwa penampilan customer service sudah baik. Mulai dari gaya rambut, pakaian yang sangat menarik perhatian para nasabah.*

Berikut ini hasil penelitian tentang apakah ruangan yang tersedia sudah memadai?

Berikut ini penuturan informan latar belakang PNS : *ruangannya sudah baik. Sudah sangat luas untuk menampung para nasabah. Sampai tempat duduknya banyak yang kosong karena kami lebih senang untuk berdiri. Namun fasilitas yang kurang memadai dalam membantu pelayanan. Karena disaat kami mau mengurus keperluan kami pasti jaringan gangguan. Apalagi kalau sudah awal bulan, pasti sedikit-sedikit ada masalah pada jaringan. Kasihankan kami yang harus menerima gaji disini*

Berikut ini penuturan informan latar belakang Pengusaha: *menurut saya ruangannya. Bagus bersih dan sejuk. Kalau berbicara mengenai jaringan. Ya apa boleh buat memang kadang-kadang gangguan pada system. Sehingga kami harus bersabar saja agar tujan kami kesini bisa tercapai.*

Berikut ini penuturan informan latar belakang Tidak bekerja: *kalau berbicara untuk ruangan. Saya rasa tidak ada masalah karena ruangannya sudah sangat bagus.*

Dari pemaparan diatas bahwa ruangan yang dimiliki PT.Bank Papua sudah sangat baik. Tetapi mengenai fasilitasnya terutama jaringan pada system yang biasa terjadi gangguan. Sehingga nasabah harus bersabar menunggu sampai jaringannya baik. Lalu pelayanan dapat berjalan.

Berikut ini adalah hasil penelitian tentang bagaimana cara anda dalam mempengaruhi para nasabah?

Berikut ini penuturan informan *customer service* 01 : *tutur kata yang sopan, kami memakai brosur, sampaikan produk-produk kami seperti simanja, simpeda, simpel dan tabunganku dengan estimasi yang berbeda. Ada yang 100rb, 50rb, 20rb dan ada yang 5rb. Kami menawarkan kredit pegawai jangka panjang, jadi kami jelaskan mengenai kredit bukan hanya tabungan.*

Berikut ini penuturan informan *customer service* 02 : *ya, ada trik-triknya pasti. Seperti kita tawarkan produk. Dan produknya kita jelaskan secara detail, dimulai dari tabungan, ATM sampai biaya. Contohnya deposito, kalau kita jelaskan kepada nasabahnya, pasti nasabahnya Cuma jawab ia. Tidak tawar menawar ini itu. Jadi kita jelaskan terkait bunganya, perhitungan bunganya kemudian persyaratannya Cuma KTP, isi formulir, uangnya ada atau tidak dalam rekening. Kalau ada berarti kita tanya lagi, apakah mau dibuatkan deposito?. Jadi biasanya kalau untuk tabungan sudah secara umum. Jadi orang yang datang sudah tahu untuk buka tabungan, tapi kalau untuk depositokan jarang. Biasanya kalau kita mempengaruhi mereka ya seperti itu. Kita tawar terlebih dahulu produknya kita, bunganya kita berapa dan kembali lagi pada nasabahnya. Kalau setuju ya kita jalankan.*

Dari pemaparan yang berikan oleh *customer service* PT.Bank Papua Cabang Biak Kota. Bahwa mereka mempengaruhi nasabah dengan cara tutur kata yang sopan. Mereka sampaikan produk-produk mereka mulai dari simanja, simpeda, simpel dan tabunganku. Ada yang 100 rb, 50 rb, 20 rb dan menjelaskan mengenai kredit bukan hanya tabungan. Dan menjelaskan juga mengenai deposito, apa persyaratannya, bagaimana perhitungan bunganya. Kalau nasabah setuju kita jalankan.

Berikut ini hasil penelitian tentang bagaimana kemampuan *customer service* dalam melayani nasabah di bank papua?

Berikut ini penuturan informan latar belakang PNS: *menurut saya pelayanan mereka sudah baik. Tetapi kalau untuk produk-produk mungkin saya sendiri tidak tahu apa saja produk-produk yang bank papua miliki. Yang kami tahu hanya mengenai pembukaan rekening tapi kalau untuk deposito itu tidak pernah dijelaskan, bagaimana cara menggunakannya, apa persyaratan yang harus dilengkapi dan berapa bunganya. Mereka tidak pernah menjelaskan tahap-tahap untuk penggunaan produk tersebut.*

mungkin saya hanya tertarik pada pembukaan rekening karena itu memang sudah diwajibkan dari kantor kepada kami untuk membuka rekening dibank papua. Alasannya karena kami hanya bisa menerima gaji bulanan kami melalui bank papua. Tetapi untuk menggunakan produk-produk yang lain saya belum tertarik dalam artian karena mereka tidak pernah untuk menawarkan produk-produk lain mereka dan menjelaskan apa manfaat produk tersebut

Berikut ini penuturan informan latar belakang pengusaha: *pelayanan mereka sudah baik, tetapi kalau untuk memahami produk-produk, itu kita sendiri yang mengambil brosurnya dan tidak pernah diarahkan dan dijelaskan oleh customer service. Sehingga kami kebingungan untuk dapat mengerti produk-produk apa saja yang ingin kami gunakan untuk kebutuhan kami. padahal kami juga ingin sekali menggunakan produk-produk lainnya seperti deposito dan produk-produk lain.*

Berikut ini penuturan informan latar belakang Tidak bekerja: *menurut saya, kualitas pelayanan customer service sangat baik. Tetapi biasanya saya kebingungan sendiri harus memakai produk yang mana? contohnya: kemarin saya ingin membuka rekening baru, tetapi saya kebingungan harus memakai produk mana yang cocok sesuai dengan kebutuhan saya. Informasi mengenai produk-produk mereka sangat*

kurang, malahan tidak pernah disampaikan. Sehingga kami nasabah cuma dapat mengikuti apa yang dikatakan oleh mereka.

Berikut ini hasil penelitian tentang bagaimana cara *customer service* Menyampaikan informasi mengenai produk-produk di PT.Bank Papua?

Berikut ini penuturan informan latar belakang PNS: *ya, saya rasa penyampaian informasi kepada kami masih kurang, sehingga kami merasa tidak diperhatikan dengan baik. Karena kami tidak memahami sekali tentang produk-produk yang ditawarkan dan pelayanan yang di jelaskan.*

Berikut ini penuturan informan latar belakang Pengusaha: *dalam hal penyampaian informasi masih kurang baik. Karena disaat kami mengurus persyaratan-persyaratan yang harus dilengkapi, tidak ada sama sekali arahan kepada kami sehingga kami agak sedikit kebingungan.*

Berikut ini penuturan informan latar belakang tidak bekerja: *menurut saya, masih sangat kurang informasi kepada kami, apalagi penawaran produk-produk dan pelayanan yang ada. Walaupun sudah ada brosur tapi kami juga ingin sekali dijelaskan bagaimana langkah-langkah untuk menggunakan produk itu. Unjtuk itu saya rasa masih sangat kurang.*

Dari pemaparan diatas bahwa penyampaian informasi *customer service* masih kurang baik. Sehingga nasabah merasa tidak diperhatikan dalam hal mengenai menginformasikan aturan-aturan yang berlaku dan langkah-langkah penggunaan produk-produk dan pelayanan lainnya. kadang nasabah yang hafrus berusaha untuk memahami sendiri.

C. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang menghimpun dana dan menyalurkan kembali ke masyarakat, dikenal dengan sebutan bank. yang sudah cukup lama dan memiliki pelanggan yang sangat banyak dan tersebar luas diseluruh Indonesia. Disini diperlukan *customer service* yang mampu memberikan pelayanan melalui komunikasi yang baik kepada pelanggannya.

peran *customer service* dalam menarik simpati pada pelanggan di PT.Bank Papua Cabang Biak Kota. Dilihat dari aspek-aspek sebagai berikut:

- a. Sumber Daya Tarik
- b. Sumber kepercayaan
- c. Etos
- d. Professional

Dilihat dari ke-empat factor-faktor tersebut, sehingga komunikasi persuasif harus diterapkan dalam berbagai bidang kehidupan salah satunya ruang lingkup instansi/perusahaan, dimana *customer service* berkedudukan sebagai pelaku utama yang sifatnya untuk mempengaruhi nasabahnya sebagai orang yang dipengaruhi baik itu kepercayaannya, sikap maupun perilakunya. Kemampuan *customer service* dalam berkomunikasi secara persuasif akan berdampak pada suatu citra perusahaan tersebut. Meningkatkan hasil kinerja akan mempengaruhi pada keberhasilan perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Setelah melalui tahapan hasil penelitian dan pembahasan, pada bab ini akan dijelaskan hasil kesimpulan penelitian antara lain adalah:

1. Pengetahuan dalam komunikasi persuasif *customer service* dalam menarik simpati pelanggan di PT.Bank Papua Cabang Biak Kota berjalan cukup baik dilihat dari pelayanan terhadap nasabah. Antara lain: perilaku, perhatian, dan daya tarik.
2. Makna dalam komunikasi persuasif *customer service* dalam menarik simpati pelanggan di PT.Bank Papua belum berjalan optimal karena masih kurangnya

kemampuan *customer service* dalam menyampaikan suatu informasi mengenai pelayanan yang diberikan, dalam hal menawarkan produk-produk dan pelayanan lainnya. Sehingga dapat mempengaruhi pelayanan *customer service* dalam menarik simpati pelanggan. Yang berdampak pada pelayanan antrian yang lama. Sehingga menimbulkan persepsi bahwa pelayanan yang diberikan PT.Bank Papua sangat berbelit-belit.

B. SARAN

Dari hasil kesimpulan mendapatkan beberapa hal yang menjadi masukan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Sebaiknya pengetahuan dalam komunikasi persuasif ditingkatkan, penguasaan produk-produk harus lebih dikuasai dan penyampaian informasi dalam menawarkan atau menjelaskan pesan harus lebih diperhatikan. Dan juga system computer (jaringan) yang dipakai. Karena sangat berkaitan dan berpengaruh dengan pelayanan kepada nasabah. Agar komunikasi persuasif *customer service* dalam menarik simpati pelanggan dapat berjalan efektif.
2. Tolong penelitian ini dilanjutkan untuk membahas peran *customer service* di PT.Bank Papua. Terutama di Kantor Cabang Pembantulainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. 1982, *Sosiologi Pendidikan: membahas gejala pendidikan dalam konteks struktur social masyarakat*, Jakarta: Bina Ilmu
- Anggraeni Lutfiyana Liantika, *pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah* (studi pada nasabah PT.Bank Rakyat Indonesia (persero).Tbk.Unir Mlarak Cabang Ponorogo. Universitas Brawijaya.
- Arifin, Anwar. 2006. *Ilmu Komunikasi* (Sebuah pengantar Ringkas). Jakarta: Rajawali.

- Atep Adya Barata (2003). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Kompetindo.
- Cangara, Hafid, 2008, *pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Dahar, R. W. (1989). *Teori-teori belajar*. Jakarta: Erlangga.
- Depdagri-LAN, 2007. *Modul 1 Prinsip Dasar Komunikasi*. Diklat Teknis Hubungan Masyarakat (Public Relation). Jakarta: LAN RI.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000, *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana 2003, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Giilin dan Gillin, 1954. *Cultural Sociology, A Revision Of An Introduction To Sociology*, New York: The Macmillan Company.
- Hardy, M., dan S. Heyes. (1988). *Pengantar Psikologi*. Diterjemahkan oleh Soenardji. Jakarta: Erlangga.
- Hovland, Carl, L. 1953. *Social communication dalam Bernard Berelson & Morris Janowits, ed. Reader in public opinion and communication*. New York: The free press of glencoe.
- Kasmir, (2002). *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi 2002. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, (2003). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, (2008). *Etika Customer Service*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- (2007). *Manajemen Perbankan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kasmir, (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Satu. Cetakan Ketujuh. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Krik, J. & Miller, M. L., 1986. *Reliability and validitily in Qualitative Research*, Beverly Hills, CA, Sage Publications.
- Masehudah Abdie, (2013). *Modul Klasikal Laboratorium Operasioonal Bank*. Surabaya: STIG.Perbanas Surabaya.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Ofset.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rahmat. Jalaluddin, (2001). *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rahmat. Jalaluddin, (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. (2010). *Manajemen Public Relation dan media komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Siamat.Dahlan, 1995. *Manajemen Lembaga Keuangan*. Intermedia, Jakarta.
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode penelitian social*. Bandung: Refuka Aditama.
- Simons, H. W. (1976). *Persuasion Understanding. Practice, and Analysis*. New York: Random House
- Soedijanto. (1978). *Beberapa Konsepsi Proses Belajar dan Implikasinya*. Bogor: Institut Pendidikan, Latihan dan Penyuluhan Pertanian. Ciawi.
- Soekanto Soerjono, 2002, *Teori Peranan*, Jakarta, Bumi Aksara.
- Soekanto Soerjono, 2012, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Soekanto Soerjono, *Sosiologi Suatu Pengantar*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013, hlm. 212-213.
- Sugiono, 2001. *Metode Penelitian*, Bandung: CV Alfa Beta.

- Sugiono, 2014. *Metode penelitian pendidikan kuantitatif dan kualitatif* Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitati dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumirat & Suryana, Soleh & Asep. 2014 *komunikasi persuasi*. Banten, Universitas terbuka.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 *Tentang Perbankan*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 *Tentang Perbankan*.
- W.J.S. Poerwadarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, PN Balai Pustaka, Jakarta, 1984, hlm. 735.