

BAB V

HASIL PENELITIAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan awal peneliti untuk mengetahui peran komunikasi persuasif *sales* Bank BCA dalam pembukaan kartu kredit di Mall Tangerang City dapat ditarik kesimpulan dengan kajian menggunakan teori komunikasi persuasif, bahwa *sales* kartu kredit Bank BCA Tangerang City Mall, telah berperan efektif dalam minat nasabahnya untuk membuka kartu kredit.. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan beberapa hal penting:

1. Bentuk Komunikasi Persuasif yang Digunakan. *Sales* Bank BCA di Mall Tangerang City menggunakan berbagai strategi komunikasi persuasif, termasuk penggunaan bahasa yang jelas dan sederhana, adaptasi gaya komunikasi sesuai dengan profil nasabah, serta pemanfaatan alat bantu visual untuk memperjelas informasi mengenai kartu kredit BCA.
2. Peran Komunikasi Persuasif dalam Menarik Minat Nasabah. Komunikasi persuasif berperan krusial dalam menarik minat nasabah untuk membuka kartu kredit BCA. *Sales* berhasil mengelola perhatian (*Attention*), mempertahankan minat (*Interest*), membangkitkan keinginan (*Desire*), membantu pengambilan keputusan (*Decision*), dan mengarahkan tindakan (*Action*) nasabah.
3. Analisis Berdasarkan Teknik AIDDA. *Sales* berhasil menarik perhatian dengan informasi yang relevan, seperti keuntungan bebas iuran tahun pertama. Mereka mempertahankan minat dengan menjelaskan secara rinci fitur-fitur kartu kredit dan memberikan contoh konkret seperti diskon besar. *Sales* membangkitkan keinginan dengan mengilustrasikan manfaat langsung seperti akses ke lounge bandara. *Sales* membantu nasabah dalam mengambil keputusan dengan memberikan informasi yang jelas dan solusi yang sesuai dengan kebutuhan individu. *Sales* mengarahkan tindakan dengan mengajak nasabah untuk mengisi formulir aplikasi atau melakukan pendaftaran langsung

4. Kredibilitas: Sales Bank BCA sudah berperan memiliki pengetahuan yang mendalam tentang produk dan kebijakan perusahaan untuk meningkatkan kredibilitas dalam komunikasi mereka saat menarik nasabah
5. Isi pesan: Sales Bank BCA berhasil memberikan konsisten dan akurat, sesuai dengan manfaat yang nyata dan mengikuti kebutuhan nasabah.
6. Pengaruh Lingkungan. Sales Bank BCA Tangerang City Mall melakukan bentuk komunikasi yang berbeda di dalam lingkungan yang berbeda. Seperti intonasi lebih kuat saat ramai ketimbang saat sepi
7. Kesiambungan Pesan. Sales Kartu Kredit Bank BCA berhasil konsisten dari awal hingga akhir interaksi untuk membangun kepercayaan dan mengurangi kebingungan nasabah.
8. Mempengaruhi Sikap: Sales Kartu Kredit Bank BCA berhasil mempengaruhi sikap nasabah dengan mengilustrasikan manfaat langsung dari kartu kredit, seperti diskon besar dan akses lounge bandara, yang mampu meningkatkan minat dan keinginan nasabah untuk membuka kartu kredit.
9. Memenuhi Kepercayaan: Dengan memberikan informasi yang akurat, konsisten, dan sesuai dengan kebijakan perusahaan, sales Bank BCA berhasil membangun kepercayaan nasabah dalam proses pengambilan keputusan.
10. Mempengaruhi Nilai: Komunikasi persuasif sales Bank BCA juga berhasil mengubah persepsi nilai kartu kredit BCA dari sekadar produk ke kebutuhan yang dapat memenuhi kebutuhan finansial dan gaya hidup nasabah.
11. Mempengaruhi Tindakan Laku: Sales berhasil mengarahkan tindakan nasabah dengan mengajak mereka untuk mengambil langkah-langkah konkret, seperti mengisi formulir aplikasi atau melakukan pendaftaran langsung, setelah proses komunikasi persuasif yang efektif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti berusaha memberikan saran yang dapat dilakukan oleh pihak-pihak terkait agar peran komunikasi persuasif yang dilakukan oleh *sales* lebih menarik. Berikut saran yang dapat peneliti berikan:

5.2.1 Saran Praktis

1. Melakukan pelatihan rutin dan penyegaran untuk sales agar mereka tetap terampil dalam mengaplikasikan teknik-teknik komunikasi persuasif.
2. Mengoptimalkan penggunaan alat bantu visual seperti brosur, diagram, atau presentasi untuk memperjelas informasi secara visual dan meningkatkan pemahaman nasabah.
3. Lebih menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik dan preferensi individual nasabah, baik dalam hal usia, latar belakang, maupun preferensi komunikasi.

5.2.2 Saran Akademis

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis, disarankan agar lebih aktif saat berada di lapangan ketika observasi dan wawancara, serta mencari referensi sebanyak-banyaknya mengenai penelitian yang akan dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardelia, N., & Margaretha Leon, F. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan dan berhutang dengan kartu kredit di Jabodetabek. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(2), 83–101. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i2.136>
- Deddy Mulyana. (2023). *Ilmu komunikasi: Suatu Pengantar* (Muchlis, Ed.; Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Djoko Purwanto. (2019). *Komunikasi Bisnis* (S. Saat, Ed.; 5th ed.).
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fatimah. (2018). Komunikasi Persuasif Agen Asuransi Dalam Merekrut Calon Agen (Studi Kasus Tentang Perekrutan Calon Agen Dalam Meningkatkan Penjualan)
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. www.google.com
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Herawati, N. (2021). *Proses Komunikasi Promosi Sales Promotion dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Masa Pandemi Covid-19 “Studi PT Honda Nusantara Sakti Kota Palembang.”*
- Heryanto, H., & Utami, A. B. (2022). Komunikasi Persuasif Penggalangan Dana Kitabisa Persuasive Communication Of Kitabisa Fundraising. *Jurnal Konvergensi*, 3(1), 177–189.
- Kartika, N. E. (2020). Fitur Aplikasi Gojek Favorit Konsumen Pada Saat Pandemi COVID-19 Di Kota Bandung. *Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 1680–1695.
- Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *Jurnal Komunikasi*, II (2), 40-46.
- Maulana, H., & Gumelar, G. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: PT. Indeks.
- Mirawati, I. (2021). Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif pada Penelitian E-Commerce di Era Digital. *Medium*, 9(1), 58–80. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(1\).7443](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(1).7443)
- Moekijat. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Mandar Maju.
- Muhelifah, S. (2015). *Pengaruh Komunikasi Persuasif Sales Promotion Girl Rokok Djarum Black Mild terhadap Minat Beli Konsumen di Sumarecon Mall Serpong*. Universitas Sultan Agung Tirtayasa.
- Natalia, D., & Mawarti, B. R. P. (2017). Pengaruh Komunikasi Persuasif Sales Kartu Kredit terhadap Keputusan menggunakan kartu Kredit Bank BCA. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarisan*, 3(1), 96–123.
- Noviana, E. (2022). *Komunikasi Persuasif dan Negosiasi dalam Pemasaran Produk PT Semangat Sejahtera Bersama di cabang Mall Paragon Semarang*. Universitas Semarang.
- Pengajaran, P. D. (2017, Desember 10). Pengertian, Kelebihan dan Kekurangan Metode Dokumentasi. Retrieved Mei 21, 2022, from Pendidikan Dan Pengajaran: <https://wawasanpengajaran.blogspot.com/2017/12/pengertian-kelebihan-dan-kekurangan.html>

- utri, P. K. (2016). Aplikasi Pendekatan-Pendekatan Persuasif Pada Riset Komunikasi Pemasaran: Iklan Melibatkan Penciptaan dan Penerimaan Pesan Komunikasi Persuasif Mengubah Perilaku Konsumen. *THE MESSENGER*, VIII (1), 1-16.
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis Jenis komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 2(3), 29–37. <http://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss>
- Rahmawati, D. S. (2016). Komunikasi Persuasif Leader Dalam Merekrut Calon Asuransi Pada PT. Prudential Life Assurance Cabang Pekanbaru. *JOM FISIP*, III (2), 1-15.
- Rivai, V. (2010). Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoretik dan Praktik* (Monalisa, Ed.; 1st ed.). Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). Alfabeta.
- Sumiyati, Herleandhi, F., & Supriadi. (2023). Pendekatan Komunikasi Interpersonal Waroeng Noesantara dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan. *Jurnal CommLine*, 08(02), 94–109.
- Yanto, R. T. Y., & Prabowo, A. L. P. (2020). Pengaruh Personal Selling terhadap Pencapaian Penjualan Pada Produk Pembiayaan Kpr Bersubsidi di Bank Btn Syariah Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–12.
- Yesin Hussin, M. (2021). Investigating the Effect of Trust, Empathy, Satisfaction and Communication on Customer Loyalty: Evidence from Banking Industry in Nekemte Town, Ethiopia. *Advances in Applied Sciences*, 6(4), 70. <https://doi.org/10.11648/j.aas.20210604.12>
- Zuliyant, A. F. (2018). Perilaku Pengambilan Keputusan Berasuransi Unit Link Syariah Dalam Perspektif AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Pada Panin Dai-Ichi Life Yogyakarta. Skripsi.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi:

Nama Lengkap: : Christian Timotius Bnehard
Tempat Tanggal Lahir : Tangerang, 11 Mei 2001
Jenis kelamin : Laki-Laki
Agama : Kristen Protestan
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Puri Lestari Blok E6 No 8, Jurumudi
Nomor Telepon : 081382339907



Riwayat Pendidikan :

1. SD : 2004- 2010 Kairos Gracia School
2. SMP : 2011- 2013 Kairos Gracia School
3. SMK : 2014-2018 Kasih Immanuel School



LAMPIRAN

Lampiran 1

PEDOMAN HASIL WAWANCARA

1. *Bagaimana Anda menjelaskan manfaat dari kartu kredit BCA kepada calon nasabah?*
2. Bagaimana Anda membangun kepercayaan calon nasabah terhadap produk kartu kredit BCA
3. Bagaimana Anda menyampaikan pentingnya memiliki kartu kredit BCA bagi calon nasabah
4. Bagaimana Anda memotivasi calon nasabah untuk segera mengambil keputusan membuka kartu kredit BCA?
5. Bagaimana Anda memastikan bahwa Anda dianggap kredibel oleh calon nasabah?
6. - Bagaimana Anda menyusun pesan agar mudah dipahami oleh calon nasabah?
7. Bagaimana Anda menyesuaikan cara berkomunikasi berdasarkan lingkungan sekitar (ramai, sepi, formal, informal)?
8. -Bagaimana Anda memastikan bahwa pesan yang disampaikan selalu konsisten dan dapat dimengerti oleh calon nasabah?

Lampiran 2

TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Key Informan

Resha Oktaviana, Supervisor

Nama : Resha oktaviana

Usia : 31 tahun

Tanggal : 24 Juli

Proses : wawancara langsung



1. Bagaimana Anda menjelaskan manfaat dari kartu kredit BCA kepada calon nasabah

“Pertama-tama peranku adalah menarik perhatiannya dulu seperti menyapa Selamat siang, Bapak/Ibu. Saya Resha, dari Bank BCA. Apakah Bapak/Ibu sudah memiliki rekening di Bank BCA? Kemudian aku mencoba menawarkan produk terbaru yang kita miliki di bca seperti Hari ini kami memiliki penawaran spesial untuk pembukaan kartu kredit BCA di sini. Syaratnya sangat mudah, hanya membutuhkan rekening BCA dan KTP, serta prosesnya hanya memakan waktu 5 menit. Jika berkenan, saya bisa menjelaskan lebih lanjut tentang manfaat dan keuntungan yang bisa didapatkan. Setelah dapet perhatiannya aku harus paham dulu kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara banyakai ngobrol dan tanyakan kebutuhan mereka dan barulah aku menjelaskan promo Kartu kredit BCA seperti memberikan berbagai fasilitas, mulai dari cashback 500k , diskon 10-90% di berbagai merchant, hingga program cicilan dengan bunga 0% ringan. 5 menit aj ka aku jelaskan bentar. Terus pastikan saya dan tim saya sudah siap dengan product knowledge jadi kalo semisal di tanyain ya saya bisa jawab lah pertanyaan mereka. Setelah banyak ngomong dan merasa nasabahnya sudah yaki baru saya langsung tekanin seperti ka langsung saja keluarin ktp nya kita ngajuin sekarang gak lama. Ya biasanya nasabah itu langsung mau si. Pokoknya jangan grogi saja dan berikan informasi secukupnya hahaha ”

2. Bagaimana Anda membangun kepercayaan calon nasabah terhadap produk kartu kredit BCA

“Sebagai seorang sales representative BCA yang profesional, membangun kepercayaan calon nasabah terhadap produk kartu kredit BCA dimulai dengan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan preferensi mereka. Saya selalu memastikan untuk mendengarkan dengan seksama apa yang mereka butuhkan dan mencari tahu apa yang mereka harapkan dari sebuah kartu kredit. Dalam komunikasi saya, saya selalu menekankan transparansi dan integritas dengan memberikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai fitur, manfaat, serta syarat dan ketentuan dari produk kartu kredit BCA, seperti BCA Gold dan BCA Travel Card. Saya juga memberikan contoh konkret tentang bagaimana kartu kredit ini bisa membantu memenuhi kebutuhan finansial dan gaya hidup mereka, seperti keuntungan cashback, poin reward, dan asuransi perjalanan. Selain itu, saya berusaha untuk selalu tersedia dan responsif terhadap pertanyaan atau kekhawatiran mereka, serta memberikan solusi yang tepat dan cepat. Melalui pendekatan yang tulus dan profesional ini, saya berusaha untuk menciptakan hubungan yang kuat dan saling percaya, sehingga calon nasabah merasa yakin dan nyaman dalam mengambil keputusan untuk membuka kartu kredit BCA.”

3. Bagaimana Anda menyampaikan pentingnya memiliki kartu kredit BCA bagi calon nasabah

“Sebagai supervisor kartu kredit BCA, saya fokus pada beberapa bentuk komunikasi utama untuk memengaruhi nilai nasabah. Pertama, kami mengutamakan edukasi singkat secara langsung dengan memberikan informasi yang jelas dan transparan mengenai manfaat dan fitur dari kartu kredit BCA. Saya juga memastikan nasabah memahami cara mengelola kartu kredit dengan bijaksana, seperti membayar tagihan tepat waktu untuk menghindari bunga yang tinggi. Kedua, saya berusaha untuk membangun kepercayaan dengan menunjukkan komitmen terhadap keamanan dan kenyamanan nasabah, misalnya dengan mengadakan sesi edukasi tentang

cara menjaga keamanan saat bertransaksi online dan memanfaatkan layanan monitoring transaksi untuk mencegah penipuan. Selain itu, pendekatan personal sangat saya utamakan, di mana saya berusaha memahami kebutuhan dan preferensi masing-masing nasabah untuk memberikan rekomendasi produk yang paling sesuai, termasuk menawarkan limit kredit yang tepat dan memberikan saran tentang penggunaan yang optimal. Terakhir, saya selalu berusaha menampilkan bukti nyata dari manfaat yang diberikan oleh kartu kredit BCA, seperti berbagi kisah sukses nasabah yang telah memanfaatkan poin reward untuk liburan atau mendapatkan diskon besar di merchant favorit mereka.”

4. Bagaimana Anda memotivasi calon nasabah untuk segera mengambil keputusan membuka kartu kredit BCA?

“Pastinya pertama saya akan membangun kepercayaan dengan menjelaskan secara jelas, lengkap, dan jujur tentang manfaat dan fitur kartu kredit BCA. Saya juga harus menunjukkan komitmen terhadap keamanan dan kenyamanan nasabah, seperti menjelaskan fitur keamanan kartu kredit BCA dan layanan pelanggan yang tersedia. Contohnya, promo cashback, diskon, cicilan 0% dan lain sebagainya. Kedua aku akan memahami kebutuhan nya agar bisa kasi solusi kartu kredit BCA yang pas dan sesuai. Contohnya jika suka traveling bisa tawarkan 'Krisflyer' buat dapetin 'mies' yang bisa dituker untuk gratis penerbangan. Terus dibawah santai saja ngobrolnya jangan terlalu baku lah bahasanya abis itu baru ajak dia buat bikin kartu kreditnya sekarang juga, contohnya bpk/ibu aku daftarkan dulu ya cukup ktp saja ka dan 5 menit. Uda gitu saja sih”

5. Bagaimana Anda memastikan bahwa Anda dianggap kredibel oleh calon nasabah?

“Sebagai seorang sales BCA yang profesional, ada beberapa hal krusial yang harus saya pastikan terpenuhi. Pertama, saya memahami secara mendalam produk-produk yang ditawarkan oleh Bank BCA, termasuk keunggulan dan manfaat yang dapat saya komunikasikan secara jelas kepada calon nasabah. Sebagai contoh, saya menguasai seluruh fitur dan

manfaat dari kartu kredit BCA Gold, termasuk program diskon 20- 50 persen untuk toko yang bekerjasama dan fasilitas cicilan berupa 0 persen yang dapat saya jelaskan dengan jelas kepada calon nasabah. Kedua, saya selalu berusaha untuk memahami kebutuhan dan keinginan calon nasabah dengan mendengarkan aktif dan bertanya pertanyaan yang relevan. Misalnya, ketika berinteraksi dengan calon nasabah di Tang City Mall, saya selalu mendengarkan dengan cermat apa yang mereka butuhkan dari kartu kredit, apakah itu kebutuhan untuk perjalanan atau pengeluaran sehari-hari. Ketiga, saya memastikan bahwa setiap interaksi dengan calon nasabah saya berfokus pada memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka, bukan hanya sekedar menjual produk. Sebagai contoh, jika calon nasabah menyebutkan bahwa mereka sering bepergian, saya akan merekomendasikan kartu kredit BCA Travel yang menawarkan program reward poin yang dapat ditukarkan dengan tiket pesawat atau hotel. Keempat, integritas dan kejujuran dalam memberikan informasi serta menjelaskan syarat dan ketentuan produk adalah prinsip yang saya pegang teguh untuk membangun kepercayaan dengan nasabah. saya selalu menjelaskan dengan jelas semua biaya terkait seperti biaya tahunan, suku bunga, dan ketentuan lainnya kepada calon nasabah untuk memastikan mereka mendapatkan informasi yang transparan sebelum membuat keputusan.”

6. Bagaimana Anda menyusun pesan agar mudah dipahami oleh calon nasabah?
“Pertama, aku selalu berusaha menebak kebutuhan nasabah. Aku perhatikan penampilan, gaya hidup, dan barang bawaan mereka. Dari situ, aku bisa menebak apa yang mereka butuhkan dan tawarkan kartu kredit yang sesuai. Misalnya, kalau aku lihat ada ibu-ibu yang lagi belanja bulanan, aku tawarkan kartu kredit dengan program cashback untuk kebutuhan sehari-hari. Kedua, aku selalu membangun komunikasi dengan nasabah. Aku ajak mereka ngobrol santai, tanyakan keseharian mereka, dan dengarkan dengan penuh perhatian, kaya basa basi begitu. Contohnya: maaf kalo bole

tahu ibu biasa bayar listrik pakai apa, kalo semisal dia jawab cashback/ debit saya langsung semprot saja. Aduh bu sayang banget, mending ibu pakai cc tahu gk setiap transaksi ibu itu bisa dapet point terus bisa tukar banyak hal seperti gratis tiket pesawat. Sayang banget kan bu kalo misalkan ciuman bayar bayar aj tapi gk dapet manfaat balik. Jaman sekarang mah harus daun gk si buu. Tujuannya biar mereka merasa nyaman dan percaya sama aku. Kalau nasabah udah merasa nyaman, mereka lebih terbuka untuk menerima penawaran kartu kredit. Ketiga, aku selalu menyampaikan pesan dengan jelas dan mudah dimengerti. Aku hindari istilah-istilah rumit perbankan dan jelaskan semua keuntungan kartu kredit dengan bahasa yang sederhana. Aku juga sering menggunakan contoh dan ilustrasi biar lebih mudah dipahami. Keempat, aku selalu menekankan keuntungan kartu kredit BCA, Aku jelaskan semua benefit dan program menarik yang ditawarkan, seperti cashback, poin rewards, cicilan 0%, dan lain sebagainya. Aku juga tunjukkan bukti-buktinya, seperti brosur dan promo yang ada di website kita.. Kelima, aku selalu memberikan solusi atas keraguan nasabah. Aku tahu banyak orang yang ragu untuk membuka kartu kredit karena takut tagihan membengkak atau ribet prosesnya. Aku selalu jelaskan dengan sabar dan berikan solusi atas keraguan mereka. contohnya sekarang uda gk ribet lagi isi data, cukup ktp 5 menit jadi tanpa perlu survei, npwp, ngmong sama teller lagi. Praktis deh pokoknya. Aku juga tawarkan simulasi kredit biar mereka bisa menghitung sendiri kemampuan mereka. Keenam, aku selalu ajak closing. Setelah aku jelaskan semua keuntungan dan menjawab semua keraguan nasabah, aku ajak mereka untuk segera membuka kartu kredit. Aku tawarkan bantuan untuk proses aplikasinya dan jamin bahwa prosesnya mudah dan cepat. ya pokoknya harus jelas deh, tapi usahain jangan kepanjangan ceritanya biar gk bosan orang dengarnya.”

7. Bagaimana Anda menyesuaikan cara berkomunikasi berdasarkan lingkungan sekitar (ramai, sepi, formal, informal)?

“Kartu kredit di BCA, saya sadar banget bahwa lingkungan tuh punya pengaruh gede banget sama cara kita ngomong dan nawarin kartu kredit ke calon nasabah. Contohnya nih, kalo ekonomi mereka lagi bagus, gue lebih fokus ke benefit tambahan yang bisa nasabah dapetin, kayak program rewards, cashback, dan lain-lain. Tapi, pas ekonomi lagi gak stabil, gue lebih ke promosiin fleksibilitas pembayaran dan fitur-fitur yang bantu nasabah atur keuangannya. Terus, gue juga harus tau nih apa yang lagi trend dan gaya hidup yang lagi hits di masyarakat. Contohnya chatime itu termasuk minuman favorit dan beberapa kali chatime kerjasama dengan BCA. Nah karena gue tahu banget yang hits jadi gw kedepankan promo ini dulu. Kalo orang lagi pada fokus ke pengelolaan keuangan dan investasi, gue bakal lebih fokus ke gimana kartu kredit bisa bantu mereka capai tujuan-tujuan itu. Nah, soal cara ngomong dan nawarin kartu kredit, gue selalu usahain buat personalisasi. Gue sesuaikan pesan gue sesuai sama profil dan kebutuhan masing-masing calon nasabah. Penting banget juga buat gue tuh ngerti dan ngehargai calon nasabah. Gue mau mereka ngerasa nyaman dan yakin sama gue. Terus, gue juga gak mau bohong-bohong, gue selalu usahain buat kasih informasi yang jelas dan transparan. Contohnya kalo nasabahnya lagi buru-buru ya gw jelasin singkat saja dan langsung ke tahap closing, tpi kalau nasabahnya gak buru buru ya gw jelasin yang gw pelajaran aj si. Sampai nasabahnya tertarik deh pokoknya. Terakhir nih, gue selalu pantau dan evaluasi hasil dari upaya gue buat ngomong dan nawarin kartu kredit. Gue selalu dengerin feedback dari calon nasabah, dan gue pake itu buat terus improve pendekatan gue. Gue yakin banget sih, kalo gue paham dan bisa ngikutin perubahan lingkungan, gue bisa ngomong dan nawarin kartu kredit dengan lebih efektif dan sesuai sama kebutuhan nasabah.”

8. Bagaimana Anda memastikan bahwa pesan yang disampaikan selalu konsisten dan dapat dimengerti oleh calon nasabah?

“Sebagai supervisor kartu kredit di BCA, gue udah lama banget ngelihat gimana pentingnya konsistensi pesan dalam dunia perbankan, khususnya

pas lagi nawarin produk kayak kartu kredit. Gimana sih maksudnya konsisten? Gampang kok, bayangin aja kalo elo ngomong ke orang yang sama dengan kata-kata yang sama dan ngasih benefit yang sama terus-menerus. Lama-lama, mereka pasti jadi percaya sama elo kan? Nah, prinsip yang sama juga berlaku di BCA. Kalo kita selalu ngasih pesan yang konsisten ke nasabah, lama-lama mereka jadi percaya sama kita. Mereka yakin kalo kita ngerti kebutuhan mereka dan bener-bener ngasih manfaat yang sesuai. Satu lagi keuntungan konsistensi pesan, yaitu ngurangin kebingungan dan penolakan dari nasabah. Kalo pesannya jelas dan nggak berubah-ubah, nasabah jadi lebih gampang memahami keuntungan dan cara kerja produk kita. Alhasil, mereka jadi lebih terbuka buat nerima tawaran kita. Biar pesannya tetap konsisten, kita di BCA rajin-rajin ngadain pelatihan dan penyegaran buat tim sales. Kita juga rutin ngecek materi komunikasi yang dipake, supaya semuanya sesuai sama standar dan pesan yang mau kita sampaikan. Soal keefektifan, udah pasti deh nggak perlu diragukan lagi. Konsistensi pesan terbukti ampuh banget buat meningkatkan kepercayaan, membangun citra merek, dan ngurangin kebingungan nasabah. Kalo elo juga pengen jago nawarin produk ke orang, coba deh terapkan strategi ini. Dijamin, hasilnya bakal lebih maksimal”

Key Informan

Ibnul Fitra, sales senior

Nama : Ibnul Fitra

Usia : 35 tahun

Tanggal : 24 Juli

Proses : wawancara langsung



1. Bagaimana Anda menjelaskan manfaat dari kartu kredit BCA kepada calon nasabah?

“Saya memulai dengan sikap ramah dan senyum tulus untuk menciptakan kesan positif, memperkenalkan diri sebagai sales Bank BCA, dan aktif membangun hubungan pribadi dengan calon nasabah. Dalam menjelaskan

produk, saya menggunakan bahasa sederhana, menghindari jargon, dan menyesuaikan pendekatan sesuai minat mereka, seperti manfaat cashback. Saya mendengarkan dengan sabar, memberikan informasi lengkap berupa manfaat membuka kartu kredit dan fitur apa saja yang dimiliki. Setelahnya, saya memberikan brosur atau kartu nama untuk kontak lebih lanjut, menawarkan bantuan tambahan, dan selalu menghormati keputusan mereka tanpa tekanan, menciptakan lingkungan yang nyaman dan terbuka untuk membangun hubungan positif jangka panjang”

2. Bagaimana Anda membangun kepercayaan calon nasabah terhadap produk kartu kredit BCA

“Saya memulai dengan sikap ramah dan senyum tulus untuk menciptakan kesan positif, memperkenalkan diri sebagai sales Bank BCA, dan aktif membangun hubungan pribadi dengan calon nasabah. Dalam menjelaskan produk, saya menggunakan bahasa sederhana, menghindari jargon, dan menyesuaikan pendekatan sesuai minat mereka, seperti manfaat cashback. Saya mendengarkan dengan sabar, memberikan informasi lengkap berupa manfaat membuka kartu kredit dan fitur apa saja yang dimiliki. Setelahnya, saya memberikan brosur atau kartu nama untuk kontak lebih lanjut, menawarkan bantuan tambahan, dan selalu menghormati keputusan mereka tanpa tekanan, menciptakan lingkungan yang nyaman dan terbuka untuk membangun hubungan positif jangka panjang”

3. Bagaimana Anda menyampaikan pentingnya memiliki kartu kredit BCA bagi calon nasabah?

“Sebagai sales kartu kredit BCA selama 3 tahun, gue udah banyak ketemu sama calon nasabah dengan berbagai kebutuhan dan gaya hidup. Menurut gue, kartu kredit BCA itu penting banget buat punya, terutama buat kamu yang aktif dan suka belanja. Kenapa? Pertama, kartu kredit BCA itu praktis. Lu gak perlu bawa uang tunai banyak-banyak lagi. Tinggal gesek aja kartunya, transaksi langsung selesai. Kedua, kartu kredit BCA itu ngasih banyak keuntungan. Ada diskon di berbagai toko dan restoran, cashback di setiap transaksi, cicilan 0%, dan masih banyak lagi. Ketiga,

kartu kredit BCA itu aman dan terpercaya. Transaksimu dijamin aman dengan teknologi chip dan asuransi kecelakaan gratis. Keempat, kartu kredit BCA itu bisa bantu kamu membangun riwayat kredit yang positif. Ini penting banget kalau kamu mau ngajuin pinjaman di masa depan, kayak KPR atau kredit mobil. Gue pernah ketemu sama seorang nasabah yang tadinya ragu-ragu buat punya kartu kredit. Tapi, setelah gue jelasin semua manfaatnya, dia akhirnya memutuskan untuk buka kartu kredit BCA. Sekarang, dia gak bisa bayangin hidup tanpa kartu kredit.”

4. Bagaimana Anda memotivasi calon nasabah untuk segera mengambil keputusan membuka kartu kredit BCA?

“Pastinya saya langsung menanyakan kebutuhan nya seperti apa, kalau suka makan/minum kita rekomendasikan kartu visa/mastercard karena paling banyak promonya untuk jalan jalan di restoran, hotel dan lain lain. Dan kalo untuk yang suka terbang saya lebih suka rekomendasikan kartu Visa Krisflyer biar bisa kumpulin milesnya yang bisa ditukar buat tiket pesawat. Biasanya abis tanya begini pasti orang lebih suka untuk dibuatin karena kemauan mereka kita bisa kasih begitu. Dan saya juga condongkan promi bebas iuran tahunan jadi selama 1 tahun pertama gak akan ada biaya sama sekali dan gak ada biaya perbualan. Jadi ini murni fasilitas gratis dari BCA dan tidak akan memberatkan pemakai.”

5. Bagaimana Anda memastikan bahwa Anda dianggap kredibel oleh calon nasabah?

Jadi, sebagai sales kartu kredit BCA yang profesional, saya pastikan selalu pakai ID card BCA biar kelihatan resmi dan punya wewenang klarifikasi produk. Penampilan juga jaga, harus rapi dan profesional, biar calon nasabah nyaman. Pengetahuan produk juga penting, saya ngerti banget tentang semua kartu kredit BCA, seperti BCA Gold atau BCA Travel cards, bisa jelasin manfaat dan syaratnya dengan simpel. Saya dengerin banget apa yang calon nasabah butuhin, supaya bisa kasih solusi yang pas buat mereka. Gak Cuma jualan, tapi cari solusi yang bener-bener cocok, misalnya kalo suka travel, saya rekomendasikan BCA Travel biar dapat

poin yang bisa dituker tiket atau hotel. Integritas juga penting, jujur soal biaya dan syarat produk biar nasabah bisa pilih dengan transparan. Dengan cara ini, saya yakin bisa bantu nasabah pilih kartu kredit yang tepat dan bangun hubungan baik dalam jangka panjang.”

6. Bagaimana Anda menyusun pesan agar mudah dipahami oleh calon nasabah?

“Jadi gini , sebagai sales kartu kredit BCA, gue selalu mulai dengan dengerin apa yang calon nasabah mau. Dari situ, gue bisa sesuaikan penjelasan gue biar cocok sama kebutuhan mereka. Gue pake bahasa yang gampang dimengerti, hindarin yang ribet atau teknis banget. Trus, gue ceritain manfaat kartu kredit BCA dengan contoh yang nyata supaya mereka bisa liat gimana keuntungannya buat kehidupan sehari-hari. Contoh kita ada program bebas iuran tahunan dan gw jelaskan lah cara buat CC ny bagaimana. Terakhir, gue siap jawab semua pertanyaan mereka dengan jujur, supaya mereka yakin sama keputusan buat buka kartu kredit BCA. Dengan cara ini, gue bisa pastiin pesan yang gue sampaikan bener-bener nyampe dan mereka ngerti betul.”

7. Bagaimana Anda menyesuaikan cara berkomunikasi berdasarkan lingkungan sekitar (ramai, sepi, formal, informal)?

Pastinya si yang gw laluin tetap sama melakukan pendekatan dan ambil perhatiannya dengan gestur tangan. Kadang kalo misal lagi berisik tempatnya gw akan coba ikuti dikit dan sambil manggil permisi ka apa suda mengajukan kartu kredit BCA. Tapi kalau misalnya sepi atau anteng ya pasti langsung nengok kok. Terus lakuin aj pendekatan jelaskan keuntungan dikit dan minta ktp ny buat gw revisinya. Simpel si. Kalo dari penampilan gw jpg milih milih si. Gw cari nasabah yang pakaiannya minimal pakaian lagi jalan jalan soalnya APPROVE ny lebih gede jadi gw semangat deh.”

8. Bagaimana Anda memastikan bahwa pesan yang disampaikan selalu konsisten dan dapat dimengerti oleh calon nasabah?

“Jadi gini , sebagai sales kartu kredit BCA, gue selalu mulai dengan dengerin apa yang calon nasabah mau. Dari situ, gue bisa sesuaikan

penjelasan gue biar cocok sama kebutuhan mereka. Gue pake bahasa yang gampang dimengerti, hindarin yang ribet atau teknis banget. Trus, gue ceritain manfaat kartu kredit BCA dengan contoh yang nyata supaya mereka bisa liat gimana keuntungannya buat kehidupan sehari-hari. Contoh kita ada program bebas iuran tahunan dan gw jelaskan lah cara buat CC ny bagaimana. Terakhir, gue siap jawab semua pertanyaan mereka dengan jujur, supaya mereka yakin sama keputusan buat buka kartu kredit BCA. Dengan cara ini, gue bisa pastiin pesan yang gue sampaikan bener-bener nyampe dan mereka ngerti betul.”

Key Informan

Putri Ayu Puspita , Sales

Nama : Putri Ayu Puspita

Usia : 37 tahun

Tanggal : 24 Juli

Proses : wawancara langsung



1. Bagaimana Anda menjelaskan manfaat dari kartu kredit BCA kepada calon nasabah?

Calon nasabah biasanya punya banyak pertanyaan. Aku selalu berusaha menjawab semua pertanyaan mereka dengan sabar dan memberikan informasi yang lengkap. Kalau aku nggak tahu jawabannya, aku akan cari tahu dulu dan balik lagi dengan jawaban yang bener. Kejujuran dan transparansi itu penting banget buat bangun kepercayaan jadi aku sering pakai contoh nyata, misalnya poin yang dikumpulin setiap pakai kartu kredit bisa ditukar jadi diskon atau nonton gratis di bioskop XXI. Kadang juga aku pakai testimoni dari nasabah lain yang udah puas juga aku pakai kalo mereka masi gk yakin sama penjelasan Ku sebelumnya, soalnya aku rasa itu membantu kasih gambaran nyata tentang keuntungan produk kita begitu. Selain itu, aku selalu berusaha profesional tapi tetap hangat. Nggak terlalu formal, jadi percakapan terasa lebih santai. Setelah ngobrol, aku

selalu kasih informasi tambahan kayak brosur atau kartu nama yang ada kontakku. Aku bilang ke mereka kalau mereka bisa hubungi aku kapan aja kalau ada pertanyaan lebih lanjut. Terakhir, Aku nggak pernah memaksa atau menekan calon nasabah, dan aku selalu menghormati keputusan mereka. Aku pastikan mereka merasa nyaman dalam membuat keputusan tanpa adanya tekanan dari pihakku."

2. Bagaimana Anda membangun kepercayaan calon nasabah terhadap produk kartu kredit BCA

"Calon nasabah biasanya punya banyak pertanyaan. Aku selalu berusaha menjawab semua pertanyaan mereka dengan sabar dan memberikan informasi yang lengkap. Kalau aku nggak tahu jawabannya, aku akan cari tahu dulu dan balik lagi dengan jawaban yang benar. Kejujuran dan transparansi itu penting banget buat bangun kepercayaan jadi aku sering pakai contoh nyata, misalnya poin yang dikumpulin setiap pakai kartu kredit bisa ditukar jadi diskon atau nonton gratis di bioskop XXI. Kadang juga aku pakai testimoni dari nasabah lain yang udah puas juga aku pakai kalo mereka masi gk yakin sama penjelasan Ku sebelumnya, soalnya aku rasa itu membantu kasih gambaran nyata tentang keuntungan produk kita begitu. Selain itu, aku selalu berusaha profesional tapi tetap hangat. Nggak terlalu formal, jadi percakapan terasa lebih santai. Setelah ngobrol, aku selalu kasih informasi tambahan kayak brosur atau kartu nama yang ada kontakku. Aku bilang ke mereka kalau mereka bisa hubungi aku kapan aja kalau ada pertanyaan lebih lanjut. Terakhir, Aku nggak pernah memaksa atau menekan calon nasabah, dan aku selalu menghormati keputusan mereka. Aku pastikan mereka merasa nyaman dalam membuat keputusan tanpa adanya tekanan dari pihakku."

3. Bagaimana Anda menyampaikan pentingnya memiliki kartu kredit BCA bagi calon nasabah

"Saya menjelaskan kepada calon nasabah bahwa memiliki kartu kredit BCA sangat penting karena keunggulannya dalam keamanan dan kemudahan transaksi, seperti teknologi chip dan PIN yang meningkatkan keamanan

serta diterimanya kartu di berbagai merchant lokal maupun internasional. Selain itu, kartu kredit BCA menawarkan fleksibilitas pembayaran dengan program cicilan ringan dan kemudahan pembayaran minimum, yang membantu dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Manfaat poin reward dan cashback juga saya soroti, dimana setiap transaksi memberikan poin yang bisa ditukarkan dengan hadiah menarik serta cashback untuk transaksi tertentu. Promo dan diskon khusus dari merchant serta akses eksklusif ke event-event juga menjadi keuntungan bagi pemegang kartu kredit BCA. Selain itu, fitur tambahan seperti asuransi perjalanan gratis dan layanan darurat 24/7 turut memberikan nilai tambah bagi nasabah”

4. Bagaimana Anda memotivasi calon nasabah untuk segera mengambil keputusan membuka kartu kredit BCA?

“Kalo caraku itu aku langsung jelasin promo menggiurkan seperti cashback 500k dan diskon sampai dengan 50 persen biar si calon nasabah nya tertarik dengerin. Terus aku kasi gambaran cara menggunakan kartu kredit untuk kebutuhan sehari-hari itu sangat worthed biar calon nasabah paham manfaatnya secara langsung kalo tertarik aku langsung closing dengan syaratnya cukup ktp saja ka dan langsung jadi”

5. Bagaimana Anda memastikan bahwa Anda dianggap kredibel oleh calon nasabah?

Wah, kalo kata saya sih, saya selalu berusaha buat tampil rapi dan sopan, tapi tetep nggak kaku. Penampilan itu penting, tapi yang lebih penting itu membangun rasa nyaman buat calon nasabah. Contohnya saya selalu senyum dan ramah saat ngobrol sama mereka. Terus saya dengerin baik-baik apa yang mereka butuhkan dan saya jawab semua pertanyaannya dengan jelas. Yang paling penting, saya jujur dan transparan tentang semua informasi kartu kredit BCA. Terus rajin banget belajar tentang semua fitur dan manfaat kartu kredit BCA. Saya juga ikuti semua pelatihan dan seminar yang diadakan BCA. Pokoknya, saya mau memberikan yang

terbaik buat calon nasabah, mungkin dengan begini saya suda merasa profesional dan melakukan Job desk saya ya.”

6. Bagaimana Anda menyusun pesan agar mudah dipahami oleh calon nasabah?

Kalo dari saya, saya selalu siapin diri sebelum ketemu nasabah. Saya pelajari produknya sampe dalem, ngerti tiap detail dan manfaatnya, misalnya kayak promo cashback atau cicilan 0% dan aplikasinya ke nasabah tersebut. Terus, saya juga pahami profil nasabahnya, apakah mereka lebih suka traveling, belanja online, atau mungkin butuh limit kredit yang tinggi. Saya siapin materi presentasi yang jelas dan padat, jadi pas ketemu bisa langsung to the point. Pas ketemu, saya ciptain suasana yang nyaman dulu. Biasanya saya buka sapa dulu seperti halo bpk/ibu, apakah sudah punya rekening BCA? Setelah dijawab iya saya langsung jelasin ka ada fasilitas berupa kartu kredit saya ratunya cukup ktp saja. Jika nasabah merespons selama percakapan saya akan melakukan obrolan ringan dulu, nanya kabar atau kegiatan sehari-hari biar mereka lebih rileks. Setelah itu, gue jelasin tujuan gue ke sana, misalnya, Saya mau sharing tentang keuntungan punya kartu kredit BCA, khususnya buat kebutuhan Bapak/Ibu. Saya pake bahasa yang gampang dimengerti, gak pake istilah-istilah yang ribet. Misalnya, kalau ngomongin cicilan 0%, gue bilang aja, “Jadi, dengan kartu kredit ini, Bapak/Ibu bisa belanja di merchant tertentu tanpa kena bunga, jadi bisa nyicil tanpa nambah biaya.” Saya juga suka kasih contoh biar nasabahnya makin paham. Misalnya, “Bayangin aja, kalau Bapak/Ibu suka belanja online, dengan kartu ini bisa dapet diskon sampai 50% di e-commerce favorit. Jadi, belanja jadi lebih hemat.” Saya kasih kesempatan buat tanya-tanya juga. Biasanya gue bilang, “Ada yang mau ditanyain soal kartu kredit ini, Pak/Bu?” Dengan begitu, mereka bisa lebih paham dan merasa dihargai karena pendapat mereka didengar. Pas udah selesai jelasin semua, saya rangkum lagi langkah selanjutnya. “Jadi, kalau Bapak/Ibu tertarik, prosesnya gampang banget, cukup isi formulir dan kasih KTP, nanti kartunya bakal dikirim ke alamat dalam beberapa hari.” Yang

penting sih, saya selalu tunjukkan antusiasme dan semangat saya ke produknya. Misalnya, “Saya sendiri pake kartu kredit BCA ini buat traveling, dan manfaatnya bener-bener kerasa, dapet poin yang bisa ditukar tiket pesawat. Jadi, saya yakin Bapak/Ibu juga bakal puas.” Saya yakin kalo gue ngerti produknya dalem-dalem dan ngejelasinnya dengan penuh semangat, nasabahnya pasti tertarik dan mau Apply.”

7. Bagaimana Anda menyesuaikan cara berkomunikasi berdasarkan lingkungan sekitar (ramai, sepi, formal, informal)?

“Emm kalo menurut gw gak masalah si, gue udah biasa ngomong di tempat rame. Gue bakal ngomong dengan suara yang jelas dan tegas, dan gue bakal pake bahasa yang gampang dimengerti. Gue juga bakal pake gestur dan bahasa tubuh yang menarik perhatian, supaya calon nasabah gak gampang teralihkan. Tapi kalo misalkan tempatnya sepi pengunjung, gue bakal sesuaikan volume suara gue. Gue bakal ngomong dengan nada yang tenang dan sopan, dan gue bakal lebih fokus sama kontak mata. Gue juga bakal lebih sabar dan ngasih waktu buat calon nasabah nanya-nanya.” Terus kalo di lingkungan formal mungkin kalo ketemu orang yang lebih dewasa gue bakal pake bahasa yang lebih formal dan santun. Gue bakal jaga penampilan gue biar rapi dan profesional. Gue juga bakal lebih hati-hati dalam memilih kata-kata dan menghindari bahasa yang slang atau kasar. Kalo lingkungannya informal mungkin kek ketemu nasabah yang seumuran contoh milenium, gue bakal lebih santai dan ngomong pake bahasa yang lebih sehari-hari. Gue bakal lebih banyak ngobrol dan bercanda sama calon nasabah, supaya suasana jadi lebih cair dan nyaman”

8. Bagaimana Anda memastikan bahwa pesan yang disampaikan selalu konsisten dan dapat dimengerti oleh calon nasabah?

“iya iya tentunya untuk pengajuan kartu kredit sendiri kita harus tau kebutuhan nasabah seperti apa. contohnya bapa/ibu mohon maaf kalo sekarang lagi sering keluar negeri gk? misal dijawab iya. saya bales lagi oh iya saya ada kartu kredit nih yang sangat cocok seperti kartu jcb ada

free lounge di bandara tertentu. pasti enak nih kalo jalan jalan. contohnya gitu si jadi untuk pertanyaannya kita lebih liat ke penampilan si nasabahnya sendiri. dia lebih butuhny apa baru kita kasih solusinya. terus di akhir setelah pengajuan kita juga bertanya lagi kira" ada yang masi mau di pertanyaan lagi ato tidak. gitu aja sih"

Key Informan

Hanny Margaretha, Sales

Nama : Hanny Margaretha

Usia : 34 tahun

Tanggal : 25 Juli

Proses : wawancara langsung



1. Bagaimana Anda menjelaskan manfaat dari kartu kredit BCA kepada calon nasabah?

"Yang pastinya pertama saya menyapa dulu dengan memberikan sapaan seperti selamat saing, ibu/bapak, apakah suda dikirimkan kartu kredit Bca. Khusus nasabah Bca akan diberikan secara gratis syaratnya Cuma KTP aja dan lagi ada banyak diskon kalo mau pake jalan jalan atau belanja. Kemudian saya menjelaskan promo dan diskon yang BCA seringkali miliki seperti promo khusus di berbagai merchant, baik itu restoran , pusat perbelanjaan ataupun travel. Ada program cicilan 0% bunga juga dan akses prioritas di beberapa layanan seperti bandara. Pokonya saya akan Tanya terus kebutuhannya apa dan saya cocokan dengan produk kartu kredit BCA. Gk usa panjang panjang ngomongnya. Yang penting isi pesan ersampaikan dengan jelas dan mereka paham manfaat yang dimiliki oleh BCA"

2. Bagaimana Anda membangun kepercayaan calon nasabah terhadap produk kartu kredit BCA

"sebagai sales wanita BCA di Tang City Mall, membangun kepercayaan calon nasabah terhadap produk kartu kredit BCA adalah prioritas utama saya. Saya selalu memulai dengan memahami kebutuhan dan preferensi

calon nasabah, mendengarkan dengan saksama untuk mengetahui apa yang mereka cari dan khawatirkan. Saya menjelaskan secara transparan mengenai fitur, manfaat, dan juga biaya yang terkait dengan kartu kredit BCA, sehingga mereka mendapatkan gambaran yang jelas dan tidak ada informasi yang disembunyikan. Memberikan contoh nyata dari pengalaman pribadi atau testimoni dari nasabah lain juga membantu dalam membangun kredibilitas produk. Saya selalu memastikan bahwa informasi yang saya sampaikan akurat dan relevan, serta siap memberikan bukti atau referensi jika diperlukan. Dengan bersikap jujur, ramah, dan profesional, saya berusaha membangun hubungan yang baik dan berkelanjutan dengan nasabah, sehingga mereka merasa nyaman dan percaya dengan produk yang saya tawarkan. Saya juga memastikan bahwa saya selalu tersedia untuk menjawab pertanyaan atau membantu mereka dalam setiap tahap proses aplikasi, menunjukkan komitmen saya untuk memberikan pelayanan terbaik.”

3. Bagaimana Anda menyampaikan pentingnya memiliki kartu kredit BCA bagi calon nasabah

Jadi gini Gue sales kartu kredit BCA baru 1 tahun, tapi gue udah banyak belajar tentang manfaatnya buat kehidupan sehari-hari. Menurut gue, kartu kredit BCA itu penting banget buat cewek kayak kita. Kenapa? Pertama, kartu kredit BCA itu bikin kita lebih hemat. Ada banyak diskon dan cashback yang bisa kita manfaatkan. Kedua, kartu kredit BCA itu bikin kita lebih praktis. Gak perlu bawa uang tunai banyak-banyak, tinggal gesek aja kartunya. Ketiga, kartu kredit BCA itu bikin kita lebih stylish. Ada banyak pilihan kartu kredit dengan desain yang keren-keren. Keempat, kartu kredit BCA itu bikin kita lebih aman. Transaksi kita dijamin aman dengan teknologi chip dan asuransi kecelakaan gratis. Gue pernah ketemu sama seorang nasabah cewek yang tadinya gak pernah pakai kartu kredit. Tapi, setelah gue jelasin semua manfaatnya, dia akhirnya memutuskan untuk buka kartu kredit BCA. Sekarang, dia jadi lebih sering belanja online dan gak perlu pusing lagi mikirin uang tunai.”

4. Bagaimana Anda memotivasi calon nasabah untuk segera mengambil keputusan membuka kartu kredit BCA?

Pertama saya akan jelaskan produk terlebih dahulu. Lalu mempertanyakan secara baik baik produk mana yang paling cocok dengan Anda. Misalnya jika Anda suka berpergian kita punya kartu kredit Tiket.com, buat jalan jalan dengan diskon yang gede. Bpk/ibu juga bisa dapat voucher 600k saat kartunya di aktivin pertama kali. Tapi jika mereka jawabnya sukanya shopping di online/mall, maka aku langsung tawarin Mastercard Platinum yang dapat diskon diskon di toko toko online ataupun Mall dan ada juga gratis nonton bioskop. ya begitu deh pokoknya saya tanyakan dulu kebutuhannya terus jelaskan produk yang sesuai dan abis itu saya ajak untuk daftar saja selama 5 menit.”

5. Bagaimana Anda memastikan bahwa Anda dianggap kredibel oleh calon nasabah?

“Saya selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada setiap customer. Pertama memiliki pengetahuan produk yang mendalam dengan cara mengikuti pelatihan produk secara berkala untuk memastikan bahwa saya selalu up-to-date dengan fitur, manfaat, dan program promo terbaru dari BCA. Kemudian Menghafal semua detail produk kartu kredit BCA, sehingga saya dapat menjelaskan dengan jelas dan mudah dipahami kepada calon nasabah yang. siap menjawab semua pertanyaan customer dengan informatif dan akurat. Kedua memiliki komunikasi yang jelas dan Ramah. Ketiga bersikap jujur terhadap promo yang ditawarkan dan apa yang ditanyakan. Keempat memberikan layanan yang baik seperti memberikan solusi yang pas. Dan terakhir pastinya menggunakan nada yang antusias agar nasabah tertarik untuk mendengarkan”

6. Bagaimana Anda menyusun pesan agar mudah dipahami oleh calon nasabah?

“Pastinya pertama saya harus memiliki keberanian untuk bisa menyampaikan semua informasi yang saya miliki secara jelas. Seperti saya akan mendekatkan diri saya ke calon nasabah agar komunikasi saya bisa

terdengar jelas dan melakukan penjelasan dengan bahasa yang muda di pahami. Saya juga mencondongkan manfaat dari kartu kredit dan promo menarik agar terus menarik perhatiaanya dan mengajak nasabah untuk membuka kartu kredit bca”

7. Bagaimana Anda menyesuaikan cara berkomunikasi berdasarkan lingkungan sekitar (ramai, sepi, formal, informal)?

“Pertama, gue bakal narik dulu nasabah ke tempat tenang. Kalo gak memungkinkan, gue bakal ngomong dengan suara yang lebih keras dan jelas. Gue juga bakal pake intonasi yang lebih tegas dan menarik perhatian. Selain itu, gue bakal pake bahasa yang singkat dan padat, dan gue bakal fokus pada poin-poin penting. Di lingkungan yang sepi, gue bakal ngomong dengan nada yang lebih lembut dan sopan. Gue bakal lebih fokus sama kontak mata dan bahasa tubuh. Gue juga bakal pake contoh-contoh yang nyata dan relatable, supaya calon nasabah lebih mudah memahami pesan gue. Di lingkungan formal, gue bakal menunjukkan rasa hormat kepada calon nasabah. Gue bakal pake bahasa yang formal dan santun, dan gue bakal menghindari bahasa yang slang atau kasar. Gue juga bakal jaga penampilan gue biar rapi dan profesional. Kalo lingkungannya informal mungkin dari sisi nasabah ya kek umur dia seumuran atau gk begitu, gue bakal ngomong pake bahasa yang lebih santai dan sehari-hari tapi tetap hormat. Gue bakal lebih banyak ngobrol dan bercanda sama calon nasabah, supaya suasana jadi lebih cair dan nyaman. Gue juga bakal lebih fokus pada kebutuhan dan keinginan calon nasabah.”

8. Bagaimana Anda memastikan bahwa pesan yang disampaikan selalu konsisten dan dapat dimengerti oleh calon nasabah?

Sebagai sales, saya pastikan pesan yang saya sampaikan selalu konsisten dan mudah dimengerti oleh calon nasabah dengan beberapa cara. Pertama, saya benar-benar paham produk yang saya tawarkan, termasuk semua fitur, manfaat, dan kebijakannya. Ini penting banget biar informasi yang saya kasih itu akurat dan nggak membingungkan. Lalu, saya selalu pakai bahasa yang sederhana dan jelas, nggak pakai istilah-istilah teknis yang ribet. Saya

juga menyesuaikan gaya komunikasi saya sesuai dengan siapa yang saya hadapi. Misalnya, kalau ngomong sama yang lebih muda, saya pakai bahasa yang lebih santai. Tapi kalau sama yang lebih tua atau di lingkungan formal, saya jadi lebih sopan dan formal. Saya juga suka pakai alat bantu visual seperti brosur atau diagram buat bantu jelasin informasi. Ini membantu calon nasabah buat lebih mudah paham. Selain itu, saya selalu kasih kesempatan buat mereka bertanya dan saya jawab pertanyaannya dengan jelas dan sabar. Ini penting biar nggak ada kebingungan. Sering kali, saya ulang-ulang poin penting selama ngobrol biar mereka benar-benar paham. Terus, saya pastikan semua informasi yang saya sampaikan itu konsisten dengan kebijakan perusahaan dan materi pemasaran resmi. Ini buat menghindari kesalahpahaman. Nggak lupa, saya juga minta feedback dari calon nasabah tentang penjelasan saya. Dari situ, saya bisa terus evaluasi dan perbaiki cara saya berkomunikasi. Jadi, dengan langkah-langkah ini, saya bisa pastikan pesan yang saya sampaikan selalu konsisten dan mudah dimengerti, sehingga calon nasabah merasa yakin dan percaya buat ambil keputusan.

Key Informan

Tajudin, Sales

Nama : Tajudin
Usia : 31 tahun
Tanggal : 25 Juli
Proses : wawancara langsung

1. Bagaimana Anda menjelaskan manfaat dari kartu kredit BCA kepada calon nasabah?

“Saya sendiri selalu melambaikan tangan dulu untuk menarik perhatian, jika nasabah melihat ke arah saya, barulah saya akan lebih mendekatkan diri kepada nasabah, dan menunjukkan brosur yang memiliki produk produk kartu kredit BCA, kalimat pertama pasti saya akan menanyakan



apakah bpk/ibu sudah memiliki rekening BCA? Lalu saya akan menjelaskan keuntungan paling dominan seperti bebas iuran tahunan dan beragam promo di kartu kredit yang berbeda. Saya selalu membahas tiket.com sebagai salah satu jenis kartu kredit BCA karena di dalamnya ada voucher 600k untuk pembukaan awal. Setelah mendapatkan perhatian saya akan menjelaskan lagi syaratnya cukup ktp dan gk lama dan saya akan langsung meminta nasabah mengeluarkan ktp nya dan registrasi di tempat ini secara langsung”

2. Bagaimana Anda membangun kepercayaan calon nasabah terhadap produk kartu kredit BCA

“Saya sendiri selalu melambatkan tangan dulu untuk menarik perhatian, jika nasabah melihat ke arah saya, barulah saya akan lebih mendekatkan diri kepada nasabah, dan menunjukkan brosur yang memiliki produk produk kartu kredit BCA, kalimat pertama pasti saya akan menanyakan apakah bpk/ibu sudah memiliki rekening BCA? Lalu saya akan menjelaskan keuntungan paling dominan seperti bebas iuran tahunan dan beragam promo di kartu kredit yang berbeda. Saya selalu membahas tiket.com sebagai salah satu jenis kartu kredit BCA karena di dalamnya ada voucher 600k untuk pembukaan awal. Setelah mendapatkan perhatian saya akan menjelaskan lagi syaratnya cukup ktp dan gk lama dan saya akan langsung meminta nasabah mengeluarkan ktp nya dan registrasi di tempat ini secara langsung

3. Bagaimana Anda menyampaikan pentingnya memiliki kartu kredit BCA bagi calon nasabah

“Saya akan menekankan bahwa memiliki kartu kredit BCA menawarkan banyak kemudahan dan manfaat seperti pembayaran praktis yang bisa dilakukan toko online/offline dan ada fitur sekali gesek tanpa memerlukan pin. Bisa nikmati cicilan 0% untuk berbagai produk dan layanan terutama di toko hp. Saya juga akan bilang kartu kredit bisa kumpulin point yang bisa ditukar buat gratis penerbangan dan juga gratis xxl dan kalo pembukaan sekarang ada cashback 500k. Pokoknya saya fokuskan dalam

point point yang menggiurkan dan saya tutup syaratnya cukup ktp saja. Biasanya orang langsung maukeluarin ktp nya hahaha”

4. Bagaimana Anda memotivasi calon nasabah untuk segera mengambil keputusan membuka kartu kredit BCA?

“Saya selalu mendengarkan dengan seksama apa yang calon nasabah butuhkan dan khawatirkan. Hal ini membantu saya memahami mereka dengan lebih baik dan membangun kepercayaan. Kemudian saya menjawab semua pertanyaan calon nasabah dengan jelas, lengkap, dan jujur karena ini merupakan hal yang penting menurut saya. Hal ini menunjukkan bahwa saya berkomitmen untuk membantu mereka dan membangun rasa percaya. Menjelaskan manfaat kartu kredit BCA tidak cukup. Saya selalu memberikan solusi dan rekomendasi yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup calon nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa saya peduli dan ingin membantu mereka mendapatkan solusi terbaik. Selanjutnya setelah mereka membuka kartu kredit BCA saya menjaga komunikasi yang baik dengan menanyakan apalagi yang bisa di bantu dan kadang saya memberikan No. Kontak saya agar dia percaya dan bonus-bonus dia mau Share No. Saya ke yang lain buat saya regis”

5. Bagaimana Anda memastikan bahwa Anda dianggap kredibel oleh calon nasabah?

“Dari pandangan saya menjadi seorang yang profesional itu saat bisa banget membangun relasi dengan nasabah karena pastinya mereka merasa nyaman dengan komunikasi yang saya lakukan. Saya juga orangnya paham banget tentang industri perbankan dan keuangan jadi saya bisa kasih solusi yang pas buat nasabah saya.”

6. Bagaimana Anda menyusun pesan agar mudah dipahami oleh calon nasabah?

“Oke, jadi gini deh. Biar gampang closing penjualan, gue selalu siapin diri sebelum ketemu nasabah. Gue pelajari produknya sampe dalem, pahami profil nasabahnya, dan siapin materi presentasi yang jelas. Pas ketemu, gue ciptain suasana yang nyaman dan jelasin tujuan gue ke sana.

Gue pake bahasa yang gampang dimengerti dan kasih contoh biar nasabahnya makin paham. Gue kasih kesempatan buat tanya-tanya juga, dan pas udah selesai, gue jelasin lagi langkah selanjutnya. Gampang kan? Yang penting sih, gue selalu tunjukkan antusiasme dan semangat gue ke produknya. Gue yakin kalo gue ngerti produknya dalem-dalem dan ngejelasinnya dengan penuh semangat, nasabahnya pasti tertarik dan mau beli."

7. Bagaimana Anda menyesuaikan cara berkomunikasi berdasarkan lingkungan sekitar (ramai, sepi, formal, informal)?

"Dalam berkomunikasi dengan calon nasabah di lingkungan yang ramai dan informal, saya akan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, teknik yang menarik perhatian, dan gestur tubuh yang jelas; misalnya, dengan menggunakan senyum ramah dan gerakan tangan yang mengarahkan perhatian. Saya juga akan menaikkan intonasi suara saya jika memang kondisi tempat terlalu ramai. Sementara di lingkungan yang sepi dan formal, saya akan fokus pada detail dan keprofesionalan, menggunakan kecepatan berbicara yang tepat agar tidak terlalu lambat atau cepat, serta menjaga sikap yang profesional seperti postur tubuh yang tegak, menjaga kontak mata secara konsisten, dan menggunakan nada suara yang tenang dan meyakinkan."

8. Bagaimana Anda memastikan bahwa pesan yang disampaikan selalu konsisten dan dapat dimengerti oleh calon nasabah?

"Pertama, saya akan memahami produk dan benefitnya dan menjelaskan fitur itu diulang-ulang seperti bebas iuran tahunan pertama, kedua gw akan gunakan bahasa yang berbeda sesuai dengan nasabah yang lewat. Misalnya dia lagi butuh diskon ya gw tawarin kartu kredit Mastercard Platinum yang bisa dapetin banyak diskon sampe 50 persen. Pokoknya konsisten terus saja ngomong dari awal. Fokus ke tujuan biar dia ngerti dulu baru suruh apply. Pokoknya ini langkah yang selalu gw lakuin. Abis itu gw tambahkan komunikasi dua arah biar bisa saling ngerti. Dan kalo

misal cara gue gk berlaku sama nasabah tertentu gw akan coba evaluasi untuk berkembang. Ketep it simpel saja yang penting jelas ngomongya.”



Lampiran 3

SURAT LAPORAN TURNITIN



**UNIVERSITAS
BUDDHI DHARMA**
Kreativitas Membangkitkan Inovasi

July 19, 2024

Editor Explanation:

Dears Christian Timotius,
Thank you for your trusts in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID	: 20200400062
Faculty	: Ilmu Komunikasi
Title	: PERAN KOMUNIKASI PERSUASIF SALES BANK BCA DALAM PEMBUKAAN KARTU KREDIT DI MALL TANGERANG CIRY
Type	: Thesis

Turnitin Suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count	: 21827
Character Count	: 140336
Similarity Index	: 21%
Internet Source	: 21%
Publication	: 5%
Student Paper	: 10%
Exclude quotes	: Off
Exclude bibliography	: Off
Exclude matches	: Off

This report provides results of literature similarity assessment, if the results show unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committee may re-examine your literature.

Thank you for your attention and cooperation.

Sincerely,

Frendy Dodo Chang, S.Kom
Faculty of Social Sciences and Humanities
Buddhi Dharma University (UBD)

Lampiran 4

KARTU BIMBINGAN



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang
021 5517853 / 021 5586822 | admin@buddhidharma.ac.id

KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20200400062
Nama Mahasiswa : CHRISTIAN TIMOTIUS BENHARD TEWUH
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : Strata Satu
Tahun Akademik/Semester : 2023/2024 Genap
Dosen Pembimbing : Suryadi Wardiana, M.I.Kom
Judul Skripsi : peran komunikasi persuasif sales bank BCA dalam pembukaan kartu kredit di Mall Tangerang City

Tanggal	Catatan	Paraf
2024-04-05	PENGARAHAN JUDUL	
2024-04-12	PENGAJUAN JUDUL	
2024-07-19	PENGAJUAN BAB 1 DAN REVISI	
2024-05-10	ACC BAB 1 DAN LANJUT BAB 2	
2024-05-24	PENGAJUAN BAB 2 DAN REVISI	
2024-05-31	ACC BAB 2 DAN LANJUT BAB 3	
2024-06-14	ACC BAB 3 DAN LANJUT PEDOMAN WAWANCARA	
2024-07-10	ACC PEDOMAN WAWANCARA DAN LANJUT BAB 4	
2024-07-10	ACC BAB 4 DAN LANJUT BAB 5	
2024-07-10	ACC BAB 5	
2024-07-10	ACC KESELURUHAN DAN SIAP SIDANG	

Mengetahui
Ketua Program Studi



Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.I.Kom

Tangerang, 10 July 2024

Pembimbing



Suryadi Wardiana, M.I.Kom