

BAB III

HASIL PENELITIAN

3.1 Ethos Wiraniaga dalam Menarik Minat Pelanggan

Ethos berkaitan dengan integritas, karakter dan kredibilitas untuk mampu mempersuasi banyak orang. Memiliki ethos berarti memiliki karakter yang bisa dipercaya, memiliki alasan untuk dipercaya. Kepercayaan merupakan elemen penting untuk melakukan komunikasi. Pembicara harus mampu meyakinkan khalayak bahwa ia memang berkompeten dan mumpuni untuk menyampaikan suatu topik pembicaraan.

3.1.1 Pendekatan kepada Pelanggan

Pelanggan pada dasarnya berasal dari konsumen biasa yang mencoba menggunakan jasa ataupun produk dari sebuah perusahaan. Pelanggan terbentuk dari pola kerjasama saling menguntungkan yang terjadi dalam proses kerja sama antara penyedia layanan dan pengguna layanan. Tanpa kerja sama yang saling menguntungkan tidak akan ada yang disebut sebagai pelanggan. Tanpa kerja sama yang saling menguntungkan yang ada hanyalah proses pembelian barang biasa tanpa diikuti dengan pembelian barang berulang-ulang di waktu lainnya.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara kepada 5 informan tentang pendekatan kepada pelanggan seperti yang dikemukakan oleh Gilang Panandito (21/07/2017 jam 10:15) bahwa:

“Saya ditelepon oleh petugas Telkom, pendekatannya menanyakan apakah mengganggu waktu saya atau tidak, meminta izin mau menawarkan produk Telkom.”

Matius Indow (22/07/2017 jam 09:30) memberikan jawaban jawaban tentang pendekatan kepada pelanggan yaitu:

“Waktu itu, mereka mempromosikan IndiHome kepada saya melalui telepon rumah. Mereka menawarkan saya beberapa paket internet IndiHome.”

Sedangkan Glen Hardika (23/072017 jam 09:45) memberikan jawaban tentang pendekatan kepada pelanggan adalah:

“Wiraniaga memperkenalkan diri, lalu menanyakan keluhan tentang telepon, barulah menawarkan paket IndiHome”

Ika Verawati (24/07/2017 jam 13:00) juga mengemukakan pernyataan tentang pendekatan kepada pelanggan sebagai berikut:

“Pertama kali melakukan pendekatan dengan memperkenalkan diri, lalu menanyakan identitas pemilik telepon, menanyakan hubungan penerima telepon dengan pemilik line telepon.”

Begitu juga pernyataan Novita Dunggio (25/07/2017 jam 13:30) tentang pendekatan kepada pelanggan yaitu:

“Saya kira asuransi, ternyata dari telkom, memperkenalkan diri dan menawarkan produk internet, kebetulah saya sudah memiliki line telepon tapi belum punya jaringan internet.”

Reduksi jawaban semua informan tentang pendekatan kepada pelanggan adalah Informan ditelepon oleh wiraniaga PT Telkom yang diawali dengan memperkenalkan diri, kemudian meminta waktu untuk untuk menawarkan produk IndiHome Fiber yang meliputi paket murah, klasifikasi kapasistas internet, tv kabel dan tarif per bulan.

Makna yang terkandung di dalam jawaban informan tentang pendekatan kepada pelanggan adalah bahwa proses penjualan adalah memilih prospek

(*prespecting*) mencari siapa yang dapat masuk sebagai pelanggan potensial dari pelanggan telepon PT Telkom adalah instansi, lembaga, organisasi ataupun orang yang membeli produk layanan telepon secara rutin atau berkesinambungan karena produk atau jasa yang dibelinya karena dirasakan sangat bermanfaat. Untuk lebih melengkapi hubungan yang berkesinambungan antara PT. Telkom dengan pelanggan, maka ditawarkan produk yang lebih bermanfaat dari PT Telkom yaitu IndiHome fiber. Wiraniaga memperkenalkan diri ketika menghubungi pelanggan telepon PT. Telkom untuk menawarkan produk IndiHome fiber dan menanyakan nama dan alamat pemilik line telepon rumah dan nama penerima telepon saat wiraniaga menghubungi.

3.1.2 Penjelasan Informasi Produk

Tugas wiraniaga kepada konsumen atau pelanggan adalah membuat sebuah komunikasi dua arah dalam mencapai keputusan pembelian. Komunikasi dua arah tersebut meliputi: memberikan informasi produk, menjelaskan manfaat produk, menjawab pertanyaan atau argumentasi dari konsumen atau pelanggan, mengarahkan konsumen atau pelanggan agar terjadi transaksi, dan memberikan layanan purna jual.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara kepada 5 informan tentang penjelasan informasi produk seperti yang dikemukakan oleh Gilang Panandito (21/07/2017 jam 10:15) bahwa:

“Pendekatannya jelas, tetapi intonasinya terlalu cepat seperti mesin, saya tidak diberi kesempatan untuk menghentikan informasi mereka.”

Matus Indow (22/07/2017 jam 09:30) memberikan jawaban jawaban tentang penjelasan informasi produk yaitu:

“Pegawainya ramah ketika mereka menawarkan promosi IndiHome lewat telepon. Saya pun sampai menanyakan perbedaan dari tiap paket internet yang ditawarkan, tetapi mereka tetap ramah menjawab pertanyaan dari saya.”

Sedangkan Glen Hardika (23/072017 jam 09:45) memberikan jawaban tentang penjelasan informasi produk adalah:

“Menjelaskan tentang program promo IndoHome dengan pembayaran yang murah.”

Ika Verawati (24/07/2017 jam 13:00) juga mengemukakan pernyataan tentang penjelasan informasi produk sebagai berikut:

“Wiraniaga menjelaskan cukup untuk dimengerti, tetapi lama kelamaan dia menerangkan dengan sabar.”

Begitu juga pernyataan Novita Dunggio (25/07/2017 jam 13:30) tentang penjelasan informasi produk yaitu:

“Cukup jelas, hanya saya agak takut karena banyak kasus tetap bayar abudemen tetapi ga ada akses.”

Reduksi jawaban semua informan tentang penjelasan informasi produk oleh wiraniaga adalah bahwa wiraniaga menjelaskan informasi produk IndiHome fiber cukup jelas, tetapi terlalu cepat intonasinya. Wiraniaga menjelaskan berbagai paket murah atau paket promo dari IndiHome fiber tentang kapasitas dan tarif, serta menjawab pertanyaan informan dengan sabar dan ramah.

Makna yang terkandung di dalam jawaban informan tentang penjelasan informasi produk adalah tentang kebutuhan manusia yang terdiri dari beberapa kepuasan yang paling mendasar, seperti manusia sangat membutuhkan sandang, pangan dan papan ada juga kebutuhan mendasar lainnya misalnya seperti jaringan

internet. Perusahaan dapat menyampaikan informasi produk kepada konsumen atau pelanggan. Wiraniaga PT Telkom menjelaskan informasi IndiHome fiber dengan cukup jelas tentang berbagai pilihan kapasitas dan tarif , tetapi terlalu cepat intonasinya

3.1.3 Persyaratan Menjadi Pelanggan

IndiHome Fiber merupakan layanan digital terdepan menggunakan teknologi fiber optik yang menawarkan layanan triple play yang terdiri dari internet rumah (fixed broadband internet), telepon rumah (fixed phone) dan tv interaktif (useetv). IndiHome fiber juga menawarkan layanan dual play yang terdiri internet fiber (internet cepat) dan telepon rumah (fixed phone) atau internet fiber (internet cepat) dan tv interaktif (useetv). persyaratan menjadi pelanggan IndiHome Fiber adalah yang sudah menjadi pelanggan telepon PT Telkom, menyediakan instalasi kabel rumah/gedung dan catuan daya listrik untuk perangkat CPE layanan IndiHome di alamat pelanggan dan memberikan izin kepada petugas PT Telkom untuk proses instalasi, perawatan, dan perbaikan gangguan IndiHome di alamat pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara kepada 5 informan tentang persyaratan menjadi pelanggan seperti yang dikemukakan oleh Gilang Panandito (21/07/2017 jam 10:15) bahwa:

“Persyaratannya mudah, asalkan saya menyatakan setuju walau via telp, akan ada petugas telkom yang akan datang ke rumah saya memasng jaringan internet dan tv kabel.

Matius Indow (22/07/2017 jam 09:30) memberikan jawaban jawaban tentang persyaratan menjadi pelanggan yaitu:

“Penjelasannya tidak ribet. Syaratnya yang penting adalah kita punya telepon rumah dan televisi. Kita juga tidak perlu menyerahkan berkas-berkas penting seperti KTP kepada mereka.

Sedangkan Glen Hardika (23/07/2017 jam 09:45) memberikan jawaban tentang persyaratan menjadi pelanggan adalah:

“Menanyakan dulu nama, lalu mengenai kelancaran pembayaran telepon setiap bulan, kemudian karena namanya ada di database telkom dan pembayaran bagus, maka ditawarkan program internet dan tv kabel melalui promo paket pemasangan IndiHome.”

Ika Verawati (24/07/2017 jam 13:00) juga mengemukakan pernyataan tentang persyaratan menjadi pelanggan sebagai berikut:

“Wiraniaga tidak menjelaskan persyaratan pemasangan IndiHome harus bagaimana, tetapi hanya menawarkan produknya saja.”

Begitu juga pernyataan Novita Dunggio (25/07/2017 jam 13:30) tentang persyaratan menjadi pelanggan yaitu:

“Persyaratan sangat simpel dan tidak ribet.”

Reduksi jawaban semua informan tentang persyaratan menjadi pelanggan adalah wiraniaga menjelaskan informasi produk yang meliputi beberapa pilihan kapasitas dan tarif, kemudian pelanggan telepon menentukan pilihannya. Persyaratannya sangat mudah untuk menjadi pelanggan IndiHome fiber, hanya dengan berkomunikasi melalui telepon antara wiraniaga dengan pemilik line telepon rumah yang menyatakan setuju untuk menjadi pelanggan IndiHome fiber. Wiraniaga membuat janji dengan pelanggan atau pemilik rumah untuk meminta izin kesediaan waktu untuk proses pemasangan jaringan internet dan tv kabel, di mana akan ada petugas yang memasang instalasi ke rumah pelanggan.

Makna yang terkandung di dalam jawaban informan tentang persyaratan menjadi pelanggan adalah bahwa registrasi IndiHome mudah dan nyaman, dimana

saja dan kapan saja. Terdapat fitur layanan yang memberikan kenyamanan pada pelanggan yaitu myIndiHome adalah aplikasi yang digunakan untuk berlangganan IndiHome, aktivasi OTT Video Streaming, registrasi berbagai macam fitur tambahan, melaporkan gangguan layanan IndiHome, cek tagihan, cek point reward, info pemakaian, juga menyediakan layanan free music, free movie dan layanan menarik lainnya. myIndiHome, mudah, nyaman, dan pasti, bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja.

3.1.4 Informasi Biaya Pemasangan

IndiHome Fiber memberikan kemudahan bagi Anda untuk memilih paket-paket Internet Fiber, TV Interaktif dan Telepon Rumah sesuai kebutuhan pelanggan. Pilihan harga paket IndiHome Fiber dengan UseeTV Essential atau Extra Pack sangat beragam mulai dari kapasitas 10 mbps hingga 100 mbps, termasuk UseeTV Essential terdiri dari 128 channels UseeTV (97 channels SD dan 31 channels HD).

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara kepada 5 informan tentang informasi biaya pemasangan seperti yang dikemukakan oleh Gilang Panandito (21/07/2017 jam 10:15) bahwa:

“Tidak perlu membayar biaya pemasangan, wiraniaga menjelaskan biaya yang harus dibayar setiap bulan sesuai pilihan kapasitas, kemudian janji waktu kapan saya ada di rumah atau ada orang lain di rumah yang bisa menerima petugas telkom untuk pemasangan jaringan internet dan tv kabel.”

Matus Indow (22/07/2017 jam 09:30) memberikan jawaban jawaban tentang informasi biaya pemasangan yaitu:

“Mereka menjelaskan biaya pemasangan dengan singkat tapi jelas. Biaya pemasangan hanya berlaku untuk satu bulan saja. Untuk instalasi modem dan sebagainya, petugas dari Telkom yang akan datang ke rumah untuk mengurus pemasangan modem.”

Sedangkan Glen Hardika (23/072017 jam 09:45) memberikan jawaban tentang informasi biaya pemasangan adalah:

“Sangat mudah dan murah dengan jaringan fiber optic, melalui beragam program paket tarif yang dibayar pasca pemakaian di awal bulan depan.”

Ika Verawati (24/07/2017 jam 13:00) juga mengemukakan pernyataan tentang informasi biaya pemasangan sebagai berikut:

“Wiraniaga menjelaskan biaya sesuai dengan kapasitas akses kebutuhan saya.”

Begitu juga pernyataan Novita Dunggio (25/07/2017 jam 13:30) tentang informasi biaya pemasangan yaitu:

“Biaya termasuk murah untuk wilayah Papua yang paling ujung dari Indonesia dan sulit dijangkau, untuk memudahkan komunikasi.”

Reduksi jawaban semua informan tentang informasi biaya pemasangan adalah bahwa tidak perlu membayar pemasangan IndiHome fiber, tetapi membayar biaya pemakaian pasca pemakaian IndiHome di awal bulan depan. Biaya jaringan internet IndiHome termasuk murah untuk wilayah Papua yang paling ujung dari Indonesia dan sulit dijangkau, untuk memudahkan komunikasi ke seluruh wilayah Indonesia

Makna yang terkandung di dalam jawaban informan tentang informasi biaya pemasangan adalah bahwa informan yang menjadi pelanggan dengan jelas memahami informasi dari wiraniaga bahwa pemasangan jaringan internet dan tv kabel tidak perlu membayar di awal pada saat pemasangan, tetapi pelanggan membayar tagihan di awal bulan depan.

3.1.5 Kesiediaan Mendengarkan Keluhan Pelanggan

Keluhan pelanggan adalah salah satu permasalahan yang akan dihadapi saat menjalankan sebuah usaha. Tidak mudah untuk memberikan kepuasan kepada semua pelanggan, pasti akan ada 1-2 pelanggan yang merasa tidak puas dan mengajukan keluhan. Namun bukan berarti keluhan tersebut menjadi penghalang dalam sebuah usaha. Justru sebenarnya dari keluhan tersebut pemilik usaha bisa melakukan perbaikan pada bagian-bagian yang kurang. Namun, keluhan pelanggan bisa menjadi sebuah masalah tersendiri bila tidak ditangani dengan baik. Respon yang buruk kepada pelanggan yang mengajukan keluhan bisa meninggalkan kesan negative dan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Bukan tidak mungkin ketidakpuasan pelanggan tersebut akan menyebar kepada orang lain yang berbuntut menurunnya jumlah calon pelanggan

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara kepada 5 informan tentang kesiediaan mendengarkan keluhan pelanggan seperti yang dikemukakan oleh Gilang Panandito (21/07/2017 jam 10:15) bahwa:

“Baik, keluhan kita ditampung, diberikan nomor keluhan, tapi petugas itu datang tidak secepat janji operator penerima telepon.”

Matius Indow (22/07/2017 jam 09:30) memberikan jawaban jawaban tentang kesiediaan mendengarkan keluhan pelanggan yaitu:

“Pernah saya sempat tidak bisa mengakses internet berjam-jam dan akhirnya saya menelepon customer service IndiHome. Mereka dengan sabar menjelaskan bagaimana memperbaiki Internet pada komputer saya walaupun saya masih kurang paham dengan masalah seperti ini.”

Sedangkan Glen Hardika (23/07/2017 jam 09:45) memberikan jawaban tentang kesiediaan mendengarkan keluhan pelanggan adalah:

“Wiraniaga sebelumnya meminta maaf atas ketidaknyamanan pelanggan karena sering adanya gangguan pada akses telepon karena menggunakan kabel bawah laut.”

Ika Verawati (24/07/2017 jam 13:00) juga mengemukakan pernyataan tentang kesediaan mendengarkan keluhan pelanggan sebagai berikut:

“Wiraniaga tidak menanyakan keluhan saya tentang gangguan pada pesawat telepon.

Begitu juga pernyataan Novita Dunggio (25/07/2017 jam 13:30) tentang kesediaan mendengarkan keluhan pelanggan yaitu:

“Mendengarkan keluhan dengan sabar, karena ada banyak gangguan alam seperti gempa bumi yang mengganggu kabel fiber di bawah laut di wilayah Papua.”

Reduksi jawaban semua informan tentang kesediaan mendengarkan keluhan pelanggan adalah wiraniaga IndiHome fiber dengan sabar mendengarkan keluhan calon pelanggan, memberikan kepastian atas keraguan calon pelanggan, meminta maaf atas ketidaknyamanan calon pelanggan karena adanya gangguan pada akses telepon akibat gempa bumi yang mengganggu kabel di bawah laut di wilayah Papua.

Makna yang terkandung di dalam jawaban informan tentang kesediaan mendengarkan keluhan pelanggan adalah Hal paling penting saat menghadapi keluhan pelanggan adalah mendengarkan keluhan mereka dengan baik. Jangan menyela atau bahkan membantah sebelum mereka selesai berbicara. Biarkan mereka mengeluarkan apa saja yang menjadi keluhannya. Pelanggan yang sedang mengeluh itu sebenarnya mereka melibatkan emosi juga, sehingga ketika keluhan mereka dibantah malah akan semakin menyulut emosi pelanggan. Fokuskan pandangan kepada pelanggan agar pelanggan juga merasa bahwa ia sedang didengarkan.

3.1.6 Memberikan Solusi

Ketika wiraniaga mendengar keluhan pelanggan m dengan kepala dingin, jangan ikut tersulut amarah. Wiraniaga yang bersikap tenang dapat mempengaruhi emosi pelanggan untuk menurun dengan sendirinya. Sikap tenang ini juga diperlukan untuk mencari solusi terbaik dari keluhan yang diajukan pelanggan. Meskipun begitu jangan pula bersikap terlalu kaku, karena sikap kaku wiraniaga akan memberikan kesan arogan pada pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara kepada 5 informan tentang memberikan solusi seperti yang dikemukakan oleh Gilang Panandito (21/07/2017 jam 10:15) bahwa:

“Petugas memandu kerusakan akses internet secara sistematis dan bertahap, sabar dalam mendengarkan keluhan pelanggan.”

Matius Indow (22/07/2017 jam 09:30) memberikan jawaban jawaban tentang memberikan solusi yaitu:

“Menurut saya, mereka cukup tanggap dalam memberikan solusi. Biasanya solusinya ada dua yaitu membantu kita lewat telepon untuk memperbaiki koneksi internet pada komputer atau menunggu petugas datang ke rumah saya.”

Sedangkan Glen Hardika (23/072017 jam 09:45) memberikan jawaban tentang memberikan solusi adalah:

“Wiraniaga menyarankan agar pelanggan menghubungi 147 bila ada keluhan.”

Ika Verawati (24/07/2017 jam 13:00) juga mengemukakan pernyataan tentang memberikan solusi sebagai berikut:

“Kalo ada keluhan, petugas terlebih dahulu meminta maaf dan memberitahukan saya agar menghubungi 147.”

Begitu juga pernyataan Novita Dunggio (25/07/2017 jam 13:30) tentang memberikan solusi yaitu:

“Bila ada masalah, petugas Telkom meminta maaf, menyarankan agar menghubungi 147.”

Reduksi jawaban semua informan tentang memberikan solusi adalah bahwa wiraniaga meminta maaf atas ketidaknyamanan pelayanan yang dialami pelanggan, bila dikemudian hari ada masalah dalam pelayanan, maka disarankan agar menghubungi 147.

Makna yang terkandung di dalam jawaban informan tentang memberikan solusi adalah bila kesalahan ada di pihak perusahaan maka sudah sepantasnya untuk meminta maaf dengan tulus kepada pelanggan tersebut. Namun jika kesalahan bukan dari perusahaan, sangat dianjurkan pula untuk tetap meminta maaf karena pelanggan telah mengalami kejadian yang tidak menyenangkan. Selain itu, permintaan maaf akan membuat pelanggan merasa lebih dihargai. Tujuan penting dari keluhan pelanggan yaitu untuk mendapatkan solusi yang terbaik. Wiraniaga segera memperbaiki hal-hal yang menjadi keluhan dari pelanggan agar nantinya tidak ada pelanggan lain yang mengajukan keluhan yang sama. Lalu follow up atau beri kabar kepada pelanggan tentang proses perbaikan yang telah dilakukan. Pelanggan merasa senang karena merasa keluhan mereka ditanggapi dengan baik. Selain itu hal ini juga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan.

3.2 Pathos Wiraniaga Dalam Menarik Minat Pelanggan

Pathos adalah hubungan emosional antara pembicara dengan audiens. Pathos merujuk pada pengendalian diri, tidak mudah tersinggung dan panik serta empati kepada lawan bicara. Para pembicara mungkin mendapatkan pertanyaan dan kritik dari orang lain, namun begitu mereka harus mampu untuk mengendalikan emosi dan memahami orang lain.

3.2.1 Sikap Ramah

Setiap orang suka dengan sambutan hangat dan ramah. Jika wiraniaga menyambut pelanggan dengan senyum, salam dan sapa ramah, maka pelanggan akan merasa dihargai. Sapa pelanggan dengan percaya diri, ramah, dan sopan. Jangan membuat pelanggan merasa tidak nyaman atau tertekan karena kesan pertama merupakan aspek yang sangat penting dalam melakukan penjualan. Tunjukkan sikap yang tulus dan kesediaan membantu agar pelanggan merasa diterima.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara kepada 5 informan tentang sikap ramah wiraniaga seperti yang dikemukakan oleh Gilang Panandito (21/07/2017 jam 10:15) bahwa:

“Ramah, sopan santun, dan sangat menghargai keluhan pelanggan. Petugas yang datang ke rumah pun sangat ramah ketika meminta izin akan memperbaiki jaringan telepon.”

Matius Indow (22/07/2017 jam 09:30) memberikan jawaban jawaban tentang sikap ramah wiraniaga yaitu:

“Saya sih senang-senang saja.”

Sedangkan Glen Hardika (23/07/2017 jam 09:45) memberikan jawaban tentang sikap ramah wiraniaga adalah:

“Sikapnya ramah.”

Ika Verawati (24/07/2017 jam 13:00) juga mengemukakan pernyataan tentang sikap ramah wiraniaga sebagai berikut:

“Sikapnya baik-baik saja, tidak seperti pemaksaan dari produk lainnya yang saya terima melalui telepon.”

Begitu juga pernyataan Novita Dunggio (25/07/2017 jam 13:30) tentang sikap ramah wiraniaga yaitu:

“Wiraniaga ramah dan baik ketika menawarkan paket IndiHome.”

Reduksi jawaban semua informan tentang sikap ramah wiraniaga adalah bahwa Wiraniaga bersikap ramah, sopan, dan tidak memaksa ketika menawarkan produk IndiHome fiber kepada pelanggan telepon PT Telkom.

Makna yang terkandung di dalam jawaban informan tentang sikap ramah wiraniaga adalah bahwa profesi wiraniaga membutuhkan keterampilan artistik dan sains, bukan hanya kemampuan menjual. Kepribadian, penampilan, autentisitas, sikap ramah, sopan dan tidak memaksa, tetapi memiliki kemampuan persuasi sebagai aspek penting yang harus dimiliki agar bisa bekerja sebagai wiraniaga dengan pelayanan prima.

3.2.2 Sikap Menarik

Kemampuan tertentu dari wiraniaga yang meliputi kemampuan kerja di bidang yang ditekuni dalam melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan membina hubungan dengan pelanggan. Sikap ramah dan menarik harus dilakukan ketika berhadapan dengan pelanggan karena

penampilan fisik ataupun non-fisik yang merefleksikan kredibilitas perusahaan kepada pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara kepada 5 informan tentang sikap menarik wiraniaga seperti yang dikemukakan oleh Gilang Panandito (21/07/2017 jam 10:15) bahwa:

“Daya tariknya memberikan jaminan kemudahan prosedur, kecepatan akses internet dan fasilitas tv kabel.”

Matus Indow (22/07/2017 jam 09:30) memberikan jawaban jawaban tentang sikap menarik wiraniaga yaitu:

“Menurut saya, pemasangan internetnya ga ribet. Kita ga harus beli modem sendiri, beli sim card baru, dan pasang konfigurasi di komputer. Tinggal menunggu petugas datang dan kita sudah bisa mengakses Internet.”

Sedangkan Glen Hardika (23/07/2017 jam 09:45) memberikan jawaban tentang sikap menarik wiraniaga adalah:

“Ditawari program paket promo murah pemasangan IndiHome yang meliputi telepon, internet dan tv kabel.”

Ika Verawati (24/07/2017 jam 13:00) juga mengemukakan pernyataan tentang sikap menarik wiraniaga sebagai berikut:

“Karena saya senang menonton tv, ada tv kabel yang acaranya dari berbagai tv negara.”

Begitu juga pernyataan Novita Dunggio (25/07/2017 jam 13:30) tentang sikap menarik wiraniaga yaitu:

“Wiraniaga cukup lama menjelaskan produk IndiHome sampai saya mengerti.”

Reduksi jawaban semua informan tentang sikap menarik wiraniaga adalah bahwa wiraniaga IndiHome fiber memiliki sikap menarik ketika berkomunikasi

dengan pelanggan ketika menjelaskan informasi produk, keuntungan berlangganan, paket promo, kemudahan prosedur, kecepatan akses internet dan fasilitas tv kabel.

Makna yang terkandung di dalam jawaban informan tentang sikap menarik wiraniaga adalah tercermin dari kepedulian penuh terhadap pelanggan, yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, maupun memahami saran dan kritiknya merupakan sikap nyata yang dilakukan wiraniaga dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai bentuk kepedulian, untuk meminimalkan ketidakpuasan pelanggan

3.2.3 Kemampuan Negosiasi

Sejak manusia dilahirkan telah memiliki kemampuan melakukan negosiasi. Dalam segi kehidupan, setiap orang secara tidak sadar telah melakukan negosiasi setiap hari. Dalam kegiatan di kantor, di sekolah dan di rumah. Hanya saja kemampuan menerapkan negosiasi tersebut satu dengan lainnya memiliki kemampuan yang berbeda. Kemampuan bernegosiasi ini dapat diperhatikan dalam hubungan pergaulan ditengah masyarakat. Demikian pula dalam kegiatan dunia dagang sangat diperlukan negosiasi atau hubungan usaha sangat besar pengaruhnya dalam meningkatkan kemajuan usaha dan keuntungan. Setiap wiraniaga harus memiliki kemampuan negosiasi. Kunci sukses wiraniaga tidak hanya membujuk calon pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian barang atau jasa, tetapi juga dapat melakukan negosiasi dengan calon pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara kepada 5 informan tentang kemampuan negosiasi wiraniaga seperti yang dikemukakan oleh Gilang Panandito (21/07/2017 jam 10:15) bahwa:

“Negosiasi tentang manfaat IndiHome fiber yang memiliki beragam manfaat selain sambungan telepon, akses internet dan tv kabel.”

Matius Indow (22/07/2017 jam 09:30) memberikan jawaban jawaban tentang kemampuan negosiasi wiraniaga yaitu:

“Negosiasinya tidak membuat saya atau customer service merasa marah. Karena mereka ramah, saya juga membalas negosiasi mereka dengan ramah.”

Sedangkan Glen Hardika (23/072017 jam 09:45) memberikan jawaban tentang kemampuan negosiasi wiraniaga adalah:

“Wiraniaga terlebih dahulu menayakan tujuan kebutuhan pemakaian akses internet, kemudian memberikan informasi beberapa paket pilihan kpbs dan tarif.”

Ika Verawati (24/07/2017 jam 13:00) juga mengemukakan pernyataan tentang kemampuan negosiasi wiraniaga sebagai berikut:

“Saya memilih paket IndiHome sesuai yang ditawarkan untuk internet paket rumahan dan yang ada tv kabelnya.”

Begitu juga pernyataan Novita Dunggio (25/07/2017 jam 13:30) tentang kemampuan negosiasi wiraniaga yaitu:

“Wiraniaga bertanya ingin paket yang bagaimana, saya ingin yang murah dan pemasangannya cepat.”

Reduksi jawaban semua informan tentang kemampuan negosiasi wiraniaga adalah Wiraniaga melakukan proses negosiasi dengan pelanggan IndiHome fiber tentang manfaat berlangganan, menawarkan pilihan paket kapasitas internet sesuai kebutuhan pelanggan, dan waktu pemasangan jaringan ke rumah pelanggan.

Makna yang terkandung di dalam jawaban informan tentang kemampuan negosiasi wiraniaga adalah bahwa wiraniaga IndiHome fiber memahami cara berinteraksi dengan calon pembeli agar ketika proses negosiasi akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan dan memutuskan menjadi pelanggan paket IndiHome.

Wiraniaga IndiHome mampu membangkitkan minat calon pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. Kemampuan membangkitkan minat calon pelanggan, berarti memiliki kemampuan berkomunikasi. Kemampuan berkomunikasi inilah yang disebut dengan bernegosiasi. Wiraniaga dan calon pelanggan harus mencapai persetujuan dalam perundingan tentang kapasitas internet, tarif, pemasangan jaringan dan sistem pembayaran.

3.2.4 Pengembangan Kesepakatan

Puncak perundingan atau negosiasi yang ideal adalah mencapai *win-win solution* yaitu memberi arti bahwa kedua belah pihak secara bersama telah mendapatkan keinginan dari perundingan bisnis tersebut. Perundingan akan menghasilkan *win-win solution*, maka puncak dari perundingan adalah kesepakatan atau perjanjian yang berisi hak dan kewajiban semua pihak.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara kepada 5 informan tentang pengembangan kesepakatan oleh wiraniaga seperti yang dikemukakan oleh Gilang Panandito (21/07/2017 jam 10:15) bahwa:

“Hanya dengan menyetujui pemasangan IndiHome via telepon, semua fasilitas IndiHome bisa dipasang dalam waktu satu hingga 3 hari tanpa dipungut biaya apapun dimuka.”

Matus Indow (22/07/2017 jam 09:30) memberikan jawaban jawaban tentang pengembangan kesepakatan oleh wiraniaga yaitu:

“Saya masih ingat waktu saya diharuskan untuk mengganti kabel telepon dengan fiber optic. Mereka sempat menelepon saya tentang fiber

optic ini. Mereka membuat kesepakatan dengan saya bahwa kecepatan internet akan bertambah jika saya memasang fiber optic.”

Sedangkan Glen Hardika (23/07/2017 jam 09:45) memberikan jawaban tentang pengembangan kesepakatan oleh wiraniaga adalah:

“Wiraniaga menanyakan kesediaan waktu pemasangan internet dan tv kabel karena petugas akan datang ke rumah.”

Ika Verawati (24/07/2017 jam 13:00) juga mengemukakan pernyataan tentang pengembangan kesepakatan oleh wiraniaga sebagai berikut:

“Kalo bisa secepatnya dipasang karena sedang ada di rumah saat itu.”

Begitu juga pernyataan Novita Dunggio (25/07/2017 jam 13:30) tentang pengembangan kesepakatan oleh wiraniaga yaitu:

“Wiraniaga menanyakan paket IndiHomenya ingin dipasangnya kapan.”

Reduksi jawaban semua informan tentang pengembangan kesepakatan oleh wiraniaga adalah bahwa pengembangan kesepakatan dilakukan oleh wiraniaga dengan pelanggan dilakukan ketika ada masalah dalam jaringan, di mana wiraniaga menawarkan solusi atau produk baru yang inovatif.

Makna yang terkandung di dalam jawaban informan tentang pengembangan kesepakatan oleh wiraniaga adalah bahwa pengembangan kesepakatan dilakukan setelah kesepakatan awal yang menghasilkan *win-win solution* telah dilaksanakan. Pengembangan kesepakatan dilakukan ketika ada masalah dan menawarkan produk baru yang lebih canggih dan inovatif.

3.2.5 Menjawab Pertanyaan Pelanggan

Wiraniaga bekerja langsung kepada pelanggan. Sering kali, wiraniaga adalah penghubung langsung satu-satunya antara perusahaan dan pelanggan, maka pelanggan menganggap wiraniaga adalah orang yang mewakili perusahaan. Sebaliknya, untuk perusahaan yang menjual melalui perantara, konsumen biasanya tidak bertemu dengan wiraniaga atau bahkan tidak mengenal mereka, tetapi wiraniaga dianggap konsumen atau pelanggan sebagai satu-satunya sumber informasi yang dapat menjawab berbagai pertanyaan atau keingintahuan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara kepada 5 informan tentang menjawab pertanyaan pelanggan seperti yang dikemukakan oleh Gilang Panandito (21/07/2017 jam 10:15) bahwa:

“Wiraniaga IndiHome menjawab semua pertanyaan dengan jelas, lengkap dan mudah dimengerti oleh pelanggan. Dengan ramah dan sabar mendengarkan pertanyaan dan menjawab semua pertanyaan pelanggan telepon yang menanyakan tentang IndiHome.”

Matius Indow (22/07/2017 jam 09:30) memberikan jawaban tentang menjawab pertanyaan pelanggan yaitu:

“Sabar dan ramah. Untungnya, mereka tidak bosan mendengarkan pertanyaan saya yang lumayan banyak.”

Sedangkan Glen Hardika (23/07/2017 jam 09:45) memberikan jawaban tentang menjawab pertanyaan pelanggan adalah:

“Wiraniaga menjawab dengan sabar menjelaskan waktu pemasangan, cara penggunaan dan cara pembayaran.”

Ika Verawati (24/07/2017 jam 13:00) juga mengemukakan pernyataan tentang menjawab pertanyaan pelanggan sebagai berikut:

“Informasinya cukup jelas, menjawab pertanyaan langsung dan lengkap sesuai keingintahuan saya tentang paket IndiHome.”

Begitu juga pernyataan Novita Dunggio (25/07/2017 jam 13:30) tentang menjawab pertanyaan pelanggan yaitu:

“Sabar mendengar dan menjawab pertanyaan saya.”

Reduksi jawaban semua informan tentang menjawab pertanyaan pelanggan adalah bahwa wiraniaga IndiHome menjawab semua pertanyaan dengan jelas, lengkap dan mudah dimengerti oleh pelanggan. Wiraniaga mendengarkan pertanyaan pelanggan dengan sabar dan menjawab semua pertanyaan pelanggan dengan ramah tentang IndiHome fiber.

Makna yang terkandung di dalam jawaban informan tentang menjawab pertanyaan pelanggan adalah IndiHome sebagai salah satu produk PT Telkom telah meluas pemasarannya di seluruh Indonesia akan menjadi semakin kompleks, ketika pelanggan tumbuh lebih besar dan lebih menuntut, seorang wiraniaga saja tidak dapat menangani semua kebutuhan pelanggan besar. Wiraniaga harus bisa menjelaskan informasi produk, menjawab pertanyaan, mengungkap masalah, memberikan solusi kepada pelanggan.

3.2.6 Pilihan Kapasitas dan Tarif

Paket IndiHome fiber tersedia beragam pilihan paket *dual play* mulai dari internet kecepatan 10 Mbps sampai dengan 100 Mbps. Semua paket dilengkapi dengan gratis menelpon lokal dan interlokal hingga 1.000 menit. Biaya berlangganannya pun semakin terjangkau, mulai dari 10 mpbs Rp 460.000 per paket hingga 100 mpbs Rp. 1.750.000. Tidak hanya *triple play*, tetapi PT Telkom tetap melayani permintaan telepon rumah dari pelanggan,

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara kepada 5 informan tentang pilihan kapasitas dan tarif seperti yang dikemukakan oleh Gilang Panandito (21/07/2017 jam 10:15) bahwa:

“Wiraniaga memberikan beberapa pilihan kepada pelanggan beberapa pilihan jenis layanan kapasitas koneksi internet, tarif, waktu pemasangan.”

Matus Indow (22/07/2017 jam 09:30) memberikan jawaban jawaban tentang pilihan kapasitas dan tarif yaitu:

“Saya sempat melakukan tawar menawar terkait paket Internet dan nonton tv. Saya sebenarnya hanya membutuhkan internet karena saya sendiri jarang menonton tv. Tapi akhirnya, keinginan saya didengarkan dan saya membayar untuk Internetnya saja.”

Sedangkan Glen Hardika (23/07/2017 jam 09:45) memberikan jawaban tentang pilihan kapasitas dan tarif adalah:

“Wiraniaga memberikan beberapa penawaran kecepatan akses internet dan harga, kemudian pelanggan yang menentukan kebutuhan akses.”

Ika Verawati (24/07/2017 jam 13:00) juga mengemukakan pernyataan tentang pilihan kapasitas dan tarif sebagai berikut:

“Wiraniaga menawarkan paket internet dan jumlah channel tv siaran dari luar negeri dan tarif harganya.”

Begitu juga pernyataan Novita Dunggio (25/07/2017 jam 13:30) tentang pilihan kapasitas dan tarif yaitu:

“Saya inginnya yang tidak terlalu mahal tapi aksesnya bagus.”

Reduksi jawaban semua informan tentang pilihan kapasitas dan tarif adalah bahwa wiraniaga memberikan beberapa pilihan kepada pelanggan beberapa pilihan jenis layanan kapasitas koneksi internet, kecepatan akses, tarif, waktu pemasangan. Terjadi tawar menawar terkait paket internet dan jumlah channel tv kabel.

Makna yang terkandung di dalam jawaban informan tentang pilihan kapasitas dan tarif adalah wiraniaga menyesuaikan kebutuhan dan kesanggupan pelanggan dengan menawarkan adanya IndiHome fiber yang tersedia dengan beragam pilihan mulai dari internet mulai dari 10 mpbs Rp 460.000 per paket hingga 100 mpbs Rp. 1.750.000.

3.3 Logos Wiraniaga Dalam Menarik Minat Pelanggan

Logos adalah penguasaan pengetahuan yang luas, memiliki pengetahuan akan perbendaharaan kata dan memiliki banyak contoh serta mampu memberikan gambaran yang luas dan terperinci secara rasional. Dengan penguasaan ilmu dan logika yang kuat, pembicara dapat mengarahkan pemikiran khalayak karena mereka akan memadam bahwa apa yang dikatakan oleh pembicara sebagai sesuatu yang sungguh-sungguh rasional dan faktual.

3.3.1 Database Pelanggan

Telemarketer adalah wiraniaga untuk pemasaran jarak jauh yang menggunakan database calon pelanggan yang prospek untuk dihubungi melalui telepon dan internet untuk menjual produk. Pemasaran jarak jauh (*telemarketing*) bisa sangat efektif dengan cara yang lebih mudah, murah dan langsung untuk melakukan penjualan kepada pelanggan besar dan pelanggan kecil yang lebih sulit dijangkau. Bergantung kompleksitas produk dan pelanggan, misalnya, seorang *telemarketer* bisa membuat 20 sampai 33 hubungan dengan pembuat keputusan setiap hari, dibandingkan dengan rata-rata empat hubungan yang dapat dilakukan wiraniaga luar.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara kepada 5 informan tentang database pelanggan seperti yang dikemukakan oleh Gilang Panandito (21/07/2017 jam 10:15) bahwa:

“Identitas pemasang telepon sudah diketahui oleh petugas telkom, jadi pelanggan hanya tinggal menyebutkan nomor telepon, nama dan alamat saja, tanpa pelanggan harus ke Plasa Telkom bila ada permintaan menaikkan kapasitas atau pun bila ada keluhan.”

Matus Indow (22/07/2017 jam 09:30) memberikan jawaban jawaban tentang database pelanggan yaitu:

“Mereka sudah mendapatkan informasi tentang saya berdasarkan identitas pemilik nomor telepon. Mulai dari nama, alamat rumah, nomor urutan pelanggan, dan lainnya.”

Sedangkan Glen Hardika (23/07/2017 jam 09:45) memberikan jawaban tentang database pelanggan adalah:

“Wiraniaga memberikan beberapa penawaran kecepatan akses internet dan harga, kemudian pelanggan yang menentukan kebutuhan akses.”

Ika Verawati (24/07/2017 jam 13:00) juga mengemukakan pernyataan tentang database pelanggan sebagai berikut:

“Tidak menanyakan terlalu detail data saya, hanya menanyakan no telepon dan identitas pemasang telepon.”

Begitu juga pernyataan Novita Dunggio (25/07/2017 jam 13:30) tentang database pelanggan yaitu:

“Database tentang nama, alamat dan nomor telepon rumah.”

Reduksi jawaban semua informan tentang database pelanggan adalah bahwa wiraniaga sudah sudah mendapatkan informasi atau sudah memiliki database pelanggan berdasarkan identitas pemilik nomor telepon yang meliputi nomor telepon, nama pemilik dan alamat rumah.

Makna yang terkandung di dalam jawaban informan tentang database pelanggan adalah bahwa wiraniaga telemarketing produk IndiHome PT Telkom menggunakan telepon dan web tentang database pelanggan telepon rumah yang telah menjadi pendekatan penjualan utama PT Telkom karena seorang wiraniaga tidak bisa mengerjakan semuanya tanpa bantuan teknologi informasi.

3.3.2 Merancang Hubungan Jangka Panjang

Konsumen yang setia menggunakan produk usaha atau yang disebut pelanggan merupakan aset perusahaan yang sangat berharga. Memiliki banyak pelanggan setia adalah salah satu indikator keberhasilan usaha. Pelanggan adalah yang merasa cocok dan puas sehingga tidak perlu berpikir dua kali untuk kembali dan terus menggunakan produk yang sudah dibeli secara berulang. Sifat konsumen cenderung cepat bosan, penasaran dengan hal-hal baru dan mudah terbawa arus trend. Layanan kepada pelanggan tidak boleh berhenti sampai mereka membeli produk. Bangunlah hubungan jangka panjang paska pembelian, misalnya: menyediakam jasa konsultasi produk, pelayanan informasi dan keluhan, service berkala, garansi, dan lain-lainnya

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara kepada 5 informan tentang merancang hubungan jangka panjang seperti yang dikemukakan oleh Gilang Panandito (21/07/2017 jam 10:15) bahwa:

“Pernah ada telepon yang mungkin untuk kepentingan survey kepuasan pelanggan, menanyakan tentang layanan telkom.”

Matius Indow (22/07/2017 jam 09:30) memberikan jawaban jawaban tentang merancang hubungan jangka panjang yaitu:

“Pihak customer service tidak pernah menanyakan saya mengenai kepuasan pelanggan. Mereka hanya merespons terhadap keluhan saya saja.”

Sedangkan Glen Hardika (23/07/2017 jam 09:45) memberikan jawaban tentang merancang hubungan jangka panjang adalah:

“Tidak hubungan jangka panjang, tidak ada survey layanan.”

Ika Verawati (24/07/2017 jam 13:00) juga mengemukakan pernyataan tentang merancang hubungan jangka panjang sebagai berikut:

“Tidak hubungan jangka panjang sesudah pemasangan IndiHome Fiber.”

Begitu juga pernyataan Novita Dunggio (25/07/2017 jam 13:30) tentang merancang hubungan jangka panjang yaitu:

“Setelah memasang IndiHome tidak pernah ada telepon yang menanyakan masalah jaringan atau keluhan layanan kepada saya.”

Reduksi jawaban semua informan tentang merancang hubungan jangka panjang adalah dengan menindaklanjuti dan menyelesaikan setiap keluhan pelanggan atau melakukan hubungan jangka panjang dengan melakukan wawancara tentang survey kepuasan layanan pelanggan IndiHome PT Telkom.

Makna yang terkandung di dalam jawaban informan tentang merancang hubungan jangka panjang adalah dengan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi pelanggan atau menyelesaikan keluhan pelanggan dengan menindaklanjuti atau menyelesaikan masalah pelanggan. Survey kepuasan layanan adalah cara perusahaan untuk mengetahui respon pelanggan yang menjadi menjaga aset berharga perusahaan. Nilai hubungan jangka panjang dengan pelanggan tidak dapat dihitung dengan nominal angka karena keberlangsungan hubungan jangka panjang ini akan melanggengkan dan mengembangkan usaha. Di saat pelanggan lain mudah terpengaruh trend. Pelanggan setia yang sudah jatuh hati pada pelayanan serta

sentuhan hubungan jangka panjang tersebut akan tetap mempertahankan menggunakan produk karena cenderung mengutamakan pelayanan yang memuaskan. Tips untuk mempertahankan kesetiaannya pelanggan adalah bahwa produk yang dipasarkan harus selalu inovatif dan semakin memuaskan kebutuhan maupun keinginan pelanggan.

3.3.3 Kepuasan Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2011: 9), “Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah dari harapan pelanggan, maka pembeli merasa puas atau amat gembira.” Sedangkan menurut Zeithaml dan Bitner (2010: 75), “Kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen”.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara kepada 5 informan tentang kepuasan layanan seperti yang dikemukakan oleh Gilang Panandito (21/07/2017 jam 10:15) bahwa:

“Saya puas dengan layanan IndiHome.”

Matius Indow (22/07/2017 jam 09:30) memberikan jawaban jawaban tentang kepuasan layanan yaitu:

“Menurut saya, layanan yang diberikan oleh IndiHome Fiber sudah lumayan baik. Respons mereka sudah cepat terhadap keluhan, walaupun

lama menunggu petugasnya datang untuk memperbaiki koneksi Internet di rumah.”

Sedangkan Glen Hardika (23/072017 jam 09:45) memberikan jawaban tentang kepuasan layanan adalah:

“IndiHome fiber memberkan pelayanan informasi, tidak perlu beli koran, akses mudah dan cepat, pembayaran mudah melalui atm.”

Ika Verawati (24/07/2017 jam 13:00) juga mengemukakan pernyataan tentang kepuasan layanan sebagai berikut:

“Layanan memuaskan dan saya merasa senang.”

Begitu juga pernyataan Novita Dunggio (25/07/2017 jam 13:30) tentang kepuasan layanan yaitu:

“Saya menjadi mudah segala hal tinggal klik internet dan pilih channel tv.”

Reduksi jawaban semua informan tentang kepuasan layanan adalah bahwa semua informan merasa puas atas pelayanan wiraniaga IndiHome PT Telkom yang memberikan kecepatan akses dan kemudahan pembayaran.

Makna yang terkandung di dalam jawaban informan tentang kepuasan layanan adalah respon atau tanggapan pelanggan IndiHome fiber mengenai kegembiraan pelanggan atas pemenuhan kebutuhan atas kecepatan koneksi internet dan kemudahan pembayaran berlangganan IndiHome fiber. Pelanggan yang merasa puas dengan nilai layanan yang diberikan oleh IndiHome, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.