

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian didapatkan dengan melalui alur metode pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dalam menggali aspek-aspek yang tercakup didalam kerangka konsep penjualan personal (*personal selling*), komunikasi persuasif dan pendekatan *Cognitive Dissonance* dari aktivitas agen penjualan produk pembiayaan syariah yang kemudian berdasarkan dimensi-dimensi dalam konsep tersebut, diidentifikasi sesuai dengan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Aktivitas *Personal Selling* Dan Komunikasi Persuasif Yang Dilakukan Oleh Agen Penjualan Produk Pembiayaan Syariah.

Adapun aktivitas-aktivitas *personal selling* dan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh agen terhadap calon konsumennya di tengah kondisi pandemi Covid-19 pada tahun 2021 dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1.1. Aktivitas *Personal Selling*

a. Mencari Prospek

Dalam tahapan aktivitas ini, agen berupaya mempromosikan jasa layanan pembiayaan syariah dan menyusun pesan-pesan promosi untuk menarik minat calon konsumen serta menyesuaikan atau mengatasi pesan-pesan promosi dari agen pesaing dalam upaya mendapatkan calon konsumen.

“... saya biasanya promosi pakai website, buat blog kaya gitu dan kadang iklan di Facebook, Instagram yah kadang-kadang, oh iya pakai whatsapp... telegram juga sering... kan banyak tuh yang group-group kaya gitu, ya saya kirim ke group... kaya pengumuman.... Namanya juga usaha... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menyampaikan bahwa promosi yang dilakukannya, biasanya melalui website, blog dan sosial media seperti Facebook, Instagram, Whatsapp dan Telegram. Terutama dengan Whatsapp dan Telegram, agen mengirimkannya ke group-group dimana agen bergabung menjadi anggotanya.

“... saya sih punya tempat... Jadi saya pasang spanduk atau banner sehingga masyarakat sekitar tau bahwa kita ada menyediakan pinjaman. Kadang-kadang kita juga dari referensi ...teman/keluarga/kolega ataupun dari konsumen yang sudah ada... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Dari kutipan di atas, agen menyampaikan kepemilikan tempat seperti rumah atau kios baik yang dimiliki secara pribadi ataupun kontrak akan mempromosikan jasanya melalui spanduk atau banner sehingga dengan cara ini, calon konsumen atau masyarakat sekitar lokasi dapat mengetahui bahwa di tempat agen tersebut dapat melayani pembiayaan syariah. Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan agen, kadang bisa memberikan referensi mengenai jasa agen kepada pihak teman atau keluarga atau koleganya yang juga membutuhkan jasa yang sama.

“... untuk isi pesan promosi di website, saya biasanya buat simple aja supaya gampang ngertinya, penting menampilkan keunggulan dari produk yang kita jual, misalnya nilai pencairan maksimal, gak butuh cek SLIK

(syarat & ketentuan berlaku), cepat prosesnya, dan lain-lain ... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menyampaikan mengenai isi pesan promosi yang biasanya dibuat sederhana sehingga mudah dimengerti oleh calon konsumen dan pentingnya menampilkan keunggulan produk pembiayaan yang ditawarkan seperti: besar nilai pencairan dana yang maksimal, tidak membutuhkan cek SLIK, kecepatan proses, dan sebagainya.

“.... kalau saya isi pesannya yang penting jelas ada di spanduk dan banner dan orang sekitar jadi tahu bahwa kita juga bisa melayani pinjaman dana dengan jaminan BPKB, selain jual beli motor bekas ya... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Dari kutipan di atas dapat dikemukakan bahwa agen yang menggunakan spanduk atau banner, yang juga merupakan dealer motor bekas mengedepankan bahwa isi pesan secara jelas perlu ditampilkan dalam spanduk dan banner yang digunakan agar calon konsumen dapat membaca dan mengetahui bahwa agen juga melayani pinjaman dana dengan jaminan BPKB.

“... kadang saya ketemu sama konsumen yang ragu-ragu..nanya ini leasing resmi atau bukan ya? Sehingga saya mesti nunjukin ke mereka bahwa kita ini adalah agen resmi lo.. dari perusahaan pembiayaan yang terdaftar dan diawasi oleh OJK, jadi pasti BPKB nya aman lah ... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, bagi agen yang menggunakan website, blog dan sosial media, agen kadang bertemu dengan calon konsumen yang merasa ragu mengenai identitas diri agen, misalkan

apakah ini agen resmi atau makelar, dan sebagainya. Sehingga agen perlu menyampaikan mengenai identitas agen sebagai agen resmi dari perusahaan pembiayaan yang sudah terdaftar dan diawasi oleh OJK. Sehingga dapat menyakinkan calon konsumen untuk meneruskan prosesnya.

“... untuk pesan promosi, biasanya saya susun sendiri..., yang penting gak usah ribet-ribet. Saya kadang nanya aja sama orang marketing perusahaannya, mereka biasanya suka buat program-program apa aja gitu... kadang-kadang ya saya cari informasi tambahan juga di website perusahaan ... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Dari kutipan ini, agen menyampaikan bahwa pesan promosi biasanya disusun atau dirangkum berdasarkan pengalaman pribadi dari agen sendiri, dimana agen kadang menggunakan informasi dari website-website perusahaan pembiayaan atau mendapatkan informasi dari staf marketing yang biasa berhubungan dengan agen.

“... persaingan termasuk ketat ya di bisnis ini. Jadi kita ya mesti pintar-pintar ngasih pelayanan yang terbaik untuk setiap konsumen yang datang ke tempat kita untuk nanya atau nyari bisa pinjaman dana gak? ... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menyampaikan mengenai adanya persaingan yang ketat antar agen, jadi setiap agen akan berlomba dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap calon konsumen yang datang.

“...kalo mengenai persaingan, saya sih biasanya nunjukin keunggulannya kita itu apa aja di website, blog, media sosial, pesan whatsapp... sehingga jadinya menarik perhatian konsumen ya. Seperti angsurannya ringan, pencairannya bisa besar, prosesnya juga cepat

atau mudah, dan lain-lain ... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Dari kutipan di atas, dapat dikemukakan bahwa agen yang menggunakan website, blog dan sosial media akan berupaya untuk menunjukkan keunggulan-keunggulan dari layanan yang ditawarkan sehingga dapat menarik calon konsumen.

“....yang penting kita jaga hubungan baik dan sering komunikasi juga dengan orang marketing atau surveyor dari perusahaan leasingnya... supaya gak ketinggalan atau selalu up to date informasinya. Kadang, saya juga nanya atau diskusi ya ke agen-agen lain untuk cari tau informasi tentang kondisi pasar kaya gimana ... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, dapat dikemukakan bahwa agen mengedepankan pentingnya untuk menjaga hubungan dan komunikasi yang baik dengan tim *marketing* atau surveyor dari pihak perusahaan pembiayaan dan berdiskusi dengan agen-agen lain untuk sekedar mendapatkan informasi-informasi terupdate tentang aktivitas dan kondisi pasar.

b. Prapendekatan

Dalam tahapan ini, agen memperkenalkan dirinya kepada calon konsumen, berupaya untuk mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai profil dan kebutuhan calon konsumen atau sekedar menjawab pertanyaan-pertanyaan awal yang timbul dari adanya rasa keingintahuan calon konsumen.

“.... yang penting kitanya sopan, ramah.. jadi lebih dekat kan ya dengerin apasih kebutuhannya, apa ya

namanya... empati gitu sama konsumen... dengerin dulu... kebanyakan orang kan sukanya motong..., jangan.. didengerin dulu..., baru kita masuk menanyakan...unitnya apa... BPKB atas nama siapa..., nanyanya juga yang jelas...(Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen akan selalu berupaya untuk bersikap sopan dan ramah terhadap semua calon konsumen, dan bagi agen yang mendapatkan prospek dari internet atau media sosial, biasanya berupaya untuk mendapatkan sesegera mungkin informasi mengenai nomor telepon calon konsumen, sehingga agen dapat melakukan tindaklanjut dengan menanyakan nama dan keperluannya. Agen juga berusaha menjadi pendengar yang aktif dan tidak suka memotong pembicaraan dari calon konsumen yang sedang menjelaskan kondisinya, sehingga agen dapat merespon dengan optimal.

“... biasanya ada chat masuk lewat WA, kan sudah ada nomor teleponnya... nanya-nanya gitu mengenai iklan di website.. gadai BPKB, nah kalau belum ngasih nama, ya langsung kita tanya dulu siapa namanya...apa keperluannya ... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Dari kutipan di atas, dapat dikemukakan bahwa agen menunjukkan keinginan untuk membantu calon konsumen terkait kebutuhan dana yang ada. Dimana menjadi hal yang penting bagi agen untuk segera mungkin mendapatkan nama dan kebutuhan dari calon konsumen untuk segera ditindaklanjuti.

“... konsumen biasanya waktu di WA atau di telepon pertama-tama, pada nanya ... ini agen, apa ya? dari perusahaan mana ya...biasanya begitu.. BPKB nya

aman atau tidak ya?, kantornya dimana?... Karena kita agen, ya harus tetap sabar, professional dan melayani dengan sopan ... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, pada saat berkomunikasi dengan calon konsumen melalui media online, kadang agen menerima pertanyaan mengenai identitas agen dan perusahaan pembiayaan yang menyediakan fasilitas pinjaman, sehingga agen perlu meresponnya dengan sopan dan profesional.

“... intinya ya kita layani konsumen sebaik-baiknya. Pertama kita mesti jadi pendengar yang baik... supaya tau kebutuhan konsumennya.... Dengerin dulu, Habis mereka sudah selesai ngomong, baru disitu kita tanggapi dengan sopan... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Dari kutipan di atas, agen menyampaikan bahwa perlunya melayani calon konsumen dengan maksimal yaitu diawali dengan menjadi pendengar yang baik terhadap apa yang disampaikan calon konsumen sehingga dengan demikian bisa menangkap secara jelas kebutuhan dari calon konsumen dan memberi tanggapan dengan sopan dan profesional.

“... untuk yakinin konsumen, kita mesti menjelaskan sama konsumennya bahwa kita adalah agen resmi dari perusahaan pembiayaan yang terdaftar dan diawasi OJK. Setelah itu ya, kita langsung sampaikan, apa saja program unggulan atau kelebihan dari perusahaan pembiayaan yang kita referensikan ... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menambahkan bahwa dalam upaya menyakinkan calon konsumen, agen perlu menjelaskan identitasnya sebagai agen resmi dari perusahaan pembiayaan dan

menyampaikan program unggulan atau kelebihan dari perusahaan pembiayaan yang direferensikan.

“... setelah konsumen merasa nyaman dan yakin sama kita, selanjutnya baru kita tanyain berapa kira-kira jumlah yang dibutuhkan, apa jenis kendaraannya, siapa nama BPKB yang dijaminakan ... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Dari kutipan ini, diketahui bahwa agen menanyakan jumlah dana yang dibutuhkan oleh calon konsumen dan jenis kendaraan serta kepemilikan dari BPKB yang akan dijaminakan setelah agen berhasil mendapatkan kepercayaan dari calon konsumen.

“... kalo konsumennya nanya lebih lanjut, ya mesti ditanggapi dengan cepat sehingga kesan konsumen baik ya ke kita, karena kitanya mau ngasih yang terbaik lo untuk konsumen ... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, dapat dikemukakan bahwa pertanyaan-pertanyaan dari calon konsumen harus direspon oleh agen secara antusias, cepat tanggap dan jelas, sehingga kesan yang ditimbulkan positif bahwa agen memberikan pelayanan yang terbaik bagi calon konsumen dan karenanya calon konsumen bersedia untuk melanjutkan proses pengajuannya.

“... biasanya konsumen nanya-nanya persyaratannya apa aja kalau mau diproses.. wajar ya, berapa lama prosesnya, disurvei tidak? berapa nilai pencairannya, berapa nilai angsurannya, perusahaan pembiayaannya dari mana ... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Dari kutipan di atas, agen menyampaikan bahwa berdasarkan pengalamannya merupakan hal yang wajar apabila calon konsumen

banyak bertanya mengenai profil dari perusahaan pembiayaan, persyaratan dokumen, proses survey, besar nilai pencairan berdasarkan unit kendaraan yang dijaminkan, besar nilai angsuran dan berapa lama prosesnya.

c. Pendekatan

Dalam tahapan aktivitas ini, agen berupaya melakukan pendekatan dengan mencoba menyakinkan calon konsumen atau membujuk calon konsumen agar bersedia diproses lebih lanjut permohonan pembiayaannya.

“...supaya tahu nanti prosesnya akan bagaimana, saya sih selalu nanyain dulu BPKB nya, apa segaris atau atas nama sendiri atau tidak segaris ...kaya orang tua, anak masuk yang tidak segaris..., beda kaya jaman dulu... sekarang lebih sulit disetujui perusahaan kalau untuk BPKB yang gak segaris kaya gitu. Kalo BPKB nya segaris biasanya nilai pencairan juga bisa lebih besar.... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen mencari tahu dengan menanyakan kepada calon konsumen mengenai atas nama dokumen BPKB, apakah segaris (artinya atas nama calon konsumen sendiri atau pasangan) atau non segaris (artinya bisa atas nama anak, orang tua atau bahkan orang lain). Hal ini penting, agar agen bisa menjelaskan mengenai persyaratan dan kisaran besar nilai pembiayaannya nanti.

“...terkait persyaratan ini, kita jelasin ke konsumennya ya untuk data awal sih cukup foto KTP dan STNK saja dan ini untuk keperluan verifikasi dan simulasi perhitungan angsuran. Nanti saat disurvei, konsumen

sebagian besar akan dimintai lagi ya kelengkapan data lain seperti bukti penghasilan, surat keterangan kerja (untuk karyawan), dan lain-lain ... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Dari kutipan di atas, agen menjelaskan mengenai persyaratan utama (data awal) yang dibutuhkan untuk proses verifikasi dan simulasi kisaran besar nilai pembiayaan yang bisa diterima calon konsumen. Selain itu agen juga akan menjelaskan ke calon konsumen mengenai data-data lain yang perlu dipersiapkan agar permohonan bisa diterima.

“... jika ada calon konsumen yang menanyakan.. ini apa ya jenis akadnya? baru saya jelasin bahwa ini pembiayaan syariah dengan menggunakan akad syariah... atau ada juga konsumen yang minta syariah misalnya... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menyampaikan bahwa kadang ditemukan calon konsumen yang menanyakan akad pembiayaannya, dan agen akan menjawab bahwa akad pembiayaan yang digunakan adalah akad syariah dan sudah sesuai untuk calon konsumen yang Muslim, terutama bagi calon konsumen yang meminta secara khusus akad pembiayaan syariah.

“... sangat jarang ada konsumen yang nanya diawal... jenis akadnya apa ya? Konsumen biasanya menanyakan berapa nilai pencairannya, prosesnya berapa lama, persyaratannya mudah atau gak? dan lain-lain ... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Dari kutipan di atas, agen menyampaikan berdasarkan pengalamannya bahwa jarang calon konsumen yang menanyakan mengenai jenis akad pembiayaannya (syariah/bukan), menurut

agen, calon konsumen yang menanyakan mengenai akad syariah dan hanya ingin mengambil pembiayaan syariah dikarenakan kesesuaian dengan ajaran/syariat agama Islam yaitu bebas riba. Namun selain hal tersebut, hal-hal penting lain yang perlu dipertimbangkan adalah kemudahan persyaratan pembiayaan, besar nilai pencairan dana dan kecepatan proses pengajuannya.

“...agen biasanya sih sudah ngerti caranya atau ada tabel buat ngasih simulasi angsuran gitu buat konsumen, ...kalau mau 1,5 tahun bagaimana, 2 tahun, dan seterusnya... ini juga tergantung besar nilai pencairan, jenis kendaraan dan lainnya ... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen memberikan informasi berupa simulasi atau tabel mengenai prakiraan besar nilai pencairan yang bisa didapatkan (atau dilakukan dengan berkoordinasi dengan pihak perusahaan pembiayaan), biasanya agen memiliki strategi tersendiri dalam memberikan angka prakiraan besar nilai pencairan ini, sehingga masih ada ruang untuk bernegosiasi apabila ternyata calon konsumen merasa belum puas dan ingin meminta nilai pencairan yang lebih besar dari penawaran awal.

“... perlu disampaikan juga diawal yang penting... ke konsumen kalo disetujui atau gak disetujui itu keputusan dari perusahaan pembiayaannya. Jadi, kita sebagai agen juga minta calon konsumen untuk terbuka misalkan kalau ada pinjaman di tempat lain atau bagaimana gitu..., sehingga enak ya, kita bisa carikan solusi yang terbaiknya gimana ... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Dari kutipan di atas, agen merasa perlu untuk menyampaikan kepada calon konsumen bahwa persetujuan pembiayaan termasuk besaran nilai pencairan, semua tergantung pada kebijakan perusahaan pembiayaan setelah menilai berbagai kondisi termasuk unit kendaraan yang akan dijaminkan dan hasil penilaian bagian kredit perusahaan terhadap calon konsumen. Sehingga dalam hal ini butuh keterbukaan dari calon konsumen di awal, sehingga agen dapat melakukan antisipasi dan memberikan solusi terbaik agar kemungkinan disetujui menjadi lebih besar.

“... penting ya untuk lakukan konfirmasi apakah konsumen setuju dengan angka simulasi yang diberikan sama kita, nilai pencairannya kurang lebih segitu, angsurannya sekian bulan. Jika setuju, berarti kita bisa lanjut proses. Sebaliknya jika ada keberatan dari konsumen, ya kita coba usahakan lakuin simulasi perhitungan ulang lagi sampai mendekati... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, dikemukakan bahwa agen menyampaikan pentingnya untuk melakukan konfirmasi kepada calon konsumen untuk kesediaannya diproses lebih lanjut setelah mendapatkan gambaran yang sesuai dengan harapan berdasarkan informasi-informasi atau simulasi perhitungan yang disampaikan oleh agen sebelumnya. Apabila calon konsumen merasa keberatan dengan hasil dari simulasi, maka agen akan berusaha untuk mencari solusi terbaik yang bisa diberikan, misalkan dengan melakukan negosiasi ke perusahaan pembiayaan, dan lain-lain.

d. Presentasi

Dalam tahapan aktivitas ini, agen berupaya untuk mendapatkan dokumen berupa data-data yang dibutuhkan untuk pengecekan awal oleh perusahaan pembiayaan mengenai kelayakan dari calon konsumen, dan agen juga mempersiapkan calon konsumen untuk dilakukan proses survei oleh pihak perusahaan pembiayaan atau surveyor serta pemenuhan dokumen tambahan bilamana diperlukan. Agen akan berkoordinasi dengan pihak perusahaan pembiayaan untuk mengatur jadwal atau memproses lebih lanjut terhadap pengajuan pembiayaan dari calon konsumen.

“....kalau sudah jelas kan ya kalau sudah ok, kita mintain data KTP lewat foto aja...kalau ada STNK sekalian untuk ngecek unitnya... biasanya cukup dikirim lewat WA aja.. nanti kita kirim ke surveyornya untuk dicek SLIK nya.... lolos gak.. soalnya pengecekan ini penting... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen meminta data berupa fotokopi KTP dan STNK dari calon konsumen untuk proses pengecekan awal mengenai kelayakan calon konsumen. Dalam tahapan ini, agen telah mendapatkan kepercayaan dari calon konsumen untuk memproses lebih lanjut pengajuan pembiayaannya.

“... kita perlu jelaskan juga ke konsumennya bahwa permintaan data awal tersebut untuk keperluan ngecek SLIK. Konsumen, kita sih himbau untuk terbuka diawal ya apakah pernah punya masalah pinjaman ditempat lain kaya di bank, sehingga bisa coba dipikirkan solusinya... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Dari kutipan di atas, dikemukakan bahwa agen menyampaikan bahwa permintaan data awal dengan tujuan untuk pengecekan SLIK (Sistem Layanan Informasi Keuangan) tersebut perlu dijelaskan kepada calon konsumen, yaitu sebagai persyaratan agar pengajuan pembiayaannya bisa diproses lebih lanjut. Biasanya penyampaian dokumen data awal tersebut bisa dikirim oleh calon konsumen melalui Whatsapp kepada agen untuk mempercepat prosesnya. Dalam tahapan ini, agen menghimbau agar calon konsumen bisa menyampaikan secara terbuka mengenai kondisi keuangannya yang kemungkinan tercatat di SLIK (misalkan pernah mengambil fasilitas KPR dengan bank, kartu kredit atau fasilitas-fasilitas pinjaman lainnya).

“... setelah hasil cek SLIK keluar dan dinyatakan lolos, maka kita tanyakan kapan konsumen ada waktu untuk disurvei ke rumah. Kita pesenin, supaya nomor telpon konsumen tetap aktif karena nanti akan dihubungi oleh surveyor untuk konfirmasi jadwal survey. Konsumen juga saya minta untuk siapin dokumen tambahan... biasanya diminta sama surveyor nantinya kaya kartu keluarga, NPWP, bukti penghasilan, dan lain-lain karena ntar akan diminta oleh surveyor.... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen mengatakan bahwa setelah diketahui hasil pengecekan SLIK nya dan dinyatakan layak, maka agen akan mengatur waktu survei antara calon konsumen dengan pihak *surveyor* dari perusahaan pembiayaan. Pada tahapan ini, agen akan menjelaskan bahwa *surveyor* mungkin akan meminta data atau dokumen tambahan berupa bukti penghasilan (misalkan slip

gaji, buku rekening aktif, bukti transaksi dagang, NPWP) dan lain-lain, sehingga calon konsumen diharapkan sudah mempersiapkan dan nanti dapat menyerahkan dokumennya langsung kepada pihak *surveyor*. Agen juga mengingatkan calon konsumen agar selalu mengaktifkan handphonenya sehingga lebih mudah dihubungi oleh pihak *surveyor* terkait dengan jadwal survey maupun proses pengajuan kreditnya.

“... konfirmasi juga perlu ya ke konsumennya, mereka bisaenuhi gak tuh dokumen persyaratannya. Kalo gak bisa, langsung diomongin didepan aja, biar kita carikan solusi. Jangan sampai, saat disurvey dokumennya ternyata gak bisa dipenuhi dan jadinya ntar menghambat prosesnya... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Dari kutipan di atas, agen menyampaikan bahwa perlu untuk mengkonfirmasi kembali kepada calon konsumen mengenai persyaratan dokumen yang dibutuhkan dan memastikan bahwa calon konsumen dapat memenuhi persyaratan tersebut. Sehubungan dengan banyak kondisi yang mungkin terjadi maka dengan dapat mengetahui lebih awal mengenai dokumen yang tersedia atau dimiliki oleh calon konsumen saat ini, maka agen dapat memikirkan atau mencari solusi atau alternatif lain apabila ada kendala terkait dokumen.

e. Penanganan Keberatan

Dalam tahapan aktivitas ini, agen berupaya untuk menangani setiap keberatan dari calon konsumen terkait proses persetujuan

pembiayaan yang sedang dijalani, mencakup: keberatan atas besar nilai pencairan dana yang ternyata tidak sesuai dengan ekspektasi awal, keberatan atas persyaratan dari perusahaan pembiayaan yang dianggap menyulitkan, atau keberatan terhadap lamanya proses persetujuan kredit atau pembiayaan yang diajukan dan mungkin ada yang mengemukakan keberatan terhadap akad kreditnya atau menginginkan akad syariah.

“...biasanya saya ngasih angka awalnya dulu ya....orang kan beda-beda responnya... ada yang nerimo, ada yang merasa kekecilan mau lebih tinggi...nah saya biasanya nawarin yang angkanya lebih kecil dulu..., nanti bila minta lebih, ya baru saya bilang ke surveyornya untuk dimentokin lagi..., biasanya masih bisa dinaikan sedikit, sehingga kita dilihat konsumen sudah berusaha bantuin... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menyampaikan pengalaman bahwa pada awalnya, agen memberikan prakiraan nilai pencairan yang biasa saja kepada calon konsumen dengan tujuan agar lebih mudah mendapatkan persetujuan dari perusahaan pembiayaan. Apabila calon konsumen merasa keberatan atas besaran nilai pencairan tersebut atau dirasa tidak sesuai dengan harapannya, maka agen mencoba bernegosiasi dengan perusahaan pembiayaan (pihak surveyor) untuk memaksimalkan besar nilai pencairan. Namun apabila pihak perusahaan pembiayaan tidak dapat menaikkan besar nilai pencairan sesuai dengan permintaan calon konsumen, maka agen berusaha menjelaskan dan membujuk calon

konsumen mengenai keputusan dari perusahaan pembiayaan bahwa keputusan tersebut sudah merupakan yang terbaik.

“...intinya kita harus sabar menghadapi setiap keluhan yang diajukan konsumen... hal yang biasa bagi agen.. kalau perusahaan pertama gak ada solusinya ya kita coba alihkan aja ke perusahaan pembiayaan lainnya. Agen kan tidak kerjasama sama satu perusahaan pembiayaan aja, kita bisa kerja sama dengan beberapa perusahaan pembiayaan sekaligus... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Dari kutipan di atas, agen menyampaikan bahwa dalam merespon keberatan dari calon konsumen harus dilakukan dengan sabar dan sopan serta menjelaskan bahwa setiap perusahaan pembiayaan memiliki kebijakannya masing-masing dalam hal menentukan nilai maksimal pencairan. Agen akan terus berupaya membujuk calon konsumen agar bersedia menerima keputusan dari perusahaan tersebut atau mencari alternatif solusi atau perusahaan pembiayaan lain yang dirasa lebih sesuai dengan kondisi calon konsumen.

“... pertama kita coba bujuk dulu ya agar calon konsumen bersedia melengkapi dokumen persyaratannya. Tetapi kalau gak bisa dipenuhi, ya kita coba koordinasi dengan surveyornya untuk cari alternatif dokumen sebagai solusinya... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Dari kutipan ini, dapat dikemukakan bahwa agen akan membujuk calon konsumen yang merasa keberatan terkait dokumen persyaratan yang dianggap menyulitkan, dengan menjelaskan bahwa setiap perusahaan pembiayaan memiliki persyaratan masing-masing yang harus dipenuhi agar pengajuan

dapat diproses lebih lanjut dan agen akan membujuk calon konsumen agar bersedia melengkapi semua persyaratan dokumen tersebut. Dilain sisi, agen berkoordinasi dengan pihak surveyor dari perusahaan pembiayaan untuk mendapatkan alternatif solusi terhadap kendala dokumen yang dialami oleh calon konsumen.

“... biasanya perusahaan memperbolehkan alternatif dokumen persyaratan. Misalkan rekening tabungan atau koran tiga bulan terakhir bisa diganti dengan nota penjualan, PBB dua tahun terakhir bisa digantikan dengan rekening listrik enam bulan terakhir, SIUP bisa digantikan dengan izin-izin usaha lainnya, yang penting ada substitusinya gitu ... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menyampaikan kepada calon konsumen dengan sabar dan sopan serta menjelaskan bahwa persyaratan dokumen tersebut memang dibutuhkan, juga berusaha mencari solusi dokumen alternatif (substitusi) apabila ada persyaratan dokumen yang tidak bisa dipenuhi oleh calon konsumen, dalam hal ini agen biasanya sudah mengkomunikasikan mengenai jenis dokumen alternatif tersebut ke pihak surveyor dari perusahaan pembiayaan agar pengajuan calon konsumen masih bisa dilanjutkan prosesnya.

“... kalo terkait masalah lamanya proses, bisa sih ada beberapa alasan ya kaya dokumen gak lengkap, nunggu antrian survey, dan lain-lain. Intinya sih perlu dikoordinasikan aja ke calon konsumen dan perusahaan pembiayaannya untuk mempercepat proses. Biasanya kalau semua persyaratan lancar bisa 1-2 hari cair dananya, standarnya memang segitu... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Dari kutipan di atas, agen menyampaikan kepada calon konsumen yang merasa keberatan atas lamanya proses persetujuan pembiayaan dengan memberikan pengertian bahwa proses dapat menjadi lebih lama karena disebabkan oleh beberapa kondisi, sehingga perlu dicari dulu permasalahannya, misalkan kelengkapan data atau menunggu waktu survei sehingga tahapan ini perlu dikomunikasikan kepada calon konsumen setiap saat. Pada umumnya masing-masing perusahaan pembiayaan mempunyai SLA (*Service Level Agreement*) proses persetujuan 1-2 hari kerja dengan syarat semua dokumen dan persyaratan sudah terpenuhi.

“... kalo ada keluhan dari konsumen tentang lamanya proses, ini harus ditanggapi dengan baik dan sopan ya serta dicariin solusi yang terbaik. Intinya tetap dilayani dan koordinasikan dengan surveyornya untuk cari solusinya, tapi asal gak kena SLIK ya..., kalau sudah SLIK ya udah gak bisa... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menyampaikan bahwa perlunya merespon setiap keberatan dari calon konsumen termasuk mengenai lamanya proses persetujuan pembiayaan ini dengan sabar dan sopan serta mencoba mencari solusi yang terbaik dan selalu menjaga komunikasi dengan pihak *surveyor* dari perusahaan pembiayaan untuk mendapatkan informasi mengenai status dari persetujuan calon konsumen tersebut dan juga aktif mengecek apakah ada kendala-kendala yang dialami dalam proses persetujuannya.

“...sangat jarang atau bahkan hampir gak ada ya, konsumen yang komplain tentang akad kreditnya .. ini syariah atau bukan. Gak terlalu perhatian ini.. yang penting bagi konsumen nilai angsurannya, prosesnya dan pencairannya maksimal... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Dari kutipan ini, dapat dikemukakan bahwa menurut pengalaman agen, sangat jarang calon konsumen yang komplain atau merasa keberatan mengenai akad perjanjiannya apakah syariah atau bukan syariah. Kecuali ada calon konsumen yang secara khusus menanyakan atau bahkan meminta untuk menggunakan akad perjanjian syariah, maka agen akan menjelaskan mengenai akad syariah yang digunakan dalam perjanjian nanti.

f. Menutup Penjualan

Dalam tahapan aktivitas ini, agen berupaya untuk menutup penjualan, dimana calon konsumen sudah mendapat persetujuan dari perusahaan pembiayaan dan calon konsumen juga setuju dengan nilai pembiayaan yang akan didapatkan nantinya, sehingga calon konsumen hanya perlu menyerahkan dokumen fisik BPKB kepada perusahaan pembiayaan sebagai syarat mencairkan dananya. Agen akan membujuk agar calon debitur dapat segera mungkin menyerahkan BPKB yang dijaminkan kepada perusahaan pembiayaan.

“....setelah pengajuannya disetujui, kita atur jadwal pengecekan dan nyerahin BPKB nya konsumen... biasanya saya koordinasikan sama surveyornya agar

ngawal juga, ya sebenarnya tinggal nanya aja, bapak/ibu kapan bisa datang ke kantor cabang leasing untuk nyerahin BPKB asli dan pengecekan kendaraannya... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menyampaikan bahwa setelah pengajuan kredit disetujui maka agen akan berkomunikasi dengan *surveyor* atau *staf marketing* dari perusahaan pembiayaan tersebut untuk menanyakan waktu jadwal serah terima BPKB dari calon konsumen dan setelah mendapatkan informasi mengenai jadwalnya, maka agen akan menghubungi calon konsumen untuk memastikan jadwal serah terima dokumen BPKB tersebut.

“....saya ingatin juga ke konsumen untuk bawa BPKB asli plus lampirannya seperti faktur, NIK, dan lain-lain beserta fisik kendaraannya dibawa untuk dicek atau diverifikasi... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Dari kutipan di atas, dapat dikemukakan bahwa agen melakukan upaya untuk mengingatkan calon konsumen agar tidak lupa dalam membawa dokumen asli BPKB dan lampirannya seperti faktur, NIK, dan lain-lain beserta fisik kendaraan (tergantung prosesnya) sehingga proses pengecekan dan penyerahan BPKB ke perusahaan pembiayaan bisa berjalan dengan lancar.

“...agar bisa cepat cair, saya biasanya agak agresif sih nanyain trus ke calon konsumennya dan juga surveyornya agar BPKB bisa cepat diserahkan dan sehingga dananya juga cepat cair, agar gak sempat berubah pikiran lagi tuh si konsumennya, jadi closing dan agen bisa dapat komisinya... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menjelaskan mengenai sikapnya yang proaktif dengan menjaga komunikasi dengan calon konsumen dan surveyor dari perusahaan pembiayaan untuk memastikan proses serah terima dokumen BPKB dan pencairan dana ke konsumen bisa berjalan dengan baik dan agen bisa mendapatkan komisi penjualan.

“...kalo ditolak, ya saya nanya dulu alasannya apa? Trus coba nyari solusinya. Kalo juga gak bisa, ya kita usahakan proses ke perusahaan lain, masing-masing perusahaan kan beda-beda persyaratannya... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Dari kutipan di atas, agen menjelaskan bahwa apabila calon konsumen ditolak oleh perusahaan pembiayaan atau membatalkan pengajuan kreditnya dikarenakan ketidaksesuaian nilai pencairan atau hal-hal lainnya, maka agen akan berupaya mendapatkan informasi mengenai alasan penolakan tersebut dan mencari solusi alternatif dari perusahaan pembiayaan lain apabila calon konsumen bersedia.

“...kadang suka ditolak dengan alasan yang menurut saya kecil lah ya atau minor istilahnya, kita sebagai agen akan coba fight ke perusahaan pembiayaannya agar bisa disetujui. Kalo kita agen besar yang jualannya banyak, biasanya sih bisa nego ke perusahaan pembiayaannya... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menjelaskan kadang calon konsumen ditolak oleh perusahaan pembiayaan hanya karena hal-hal yang dinilai agen masih bisa diperjuangkan untuk disetujui.

Tentunya dalam hal ini sangat tergantung dengan sebesar apa kontribusi penjualan dari agen tersebut setiap bulannya ke perusahaan pembiayaan.

“...konsumen yang batal, tergantung alasannya ya, saya akan coba bujuk lebih dulu, misal coba dimaksimalin nilai pencairannya. Jika gak bisa atau tetap gak mau juga, coba dialihkan ke perusahaan pembiayaan lain... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Dari kutipan di atas, agen menjelaskan bahwa calon konsumen bisa batal karena alasan tertentu misalkan karena tidak setuju dengan besar nilai pencairan yang ditetapkan oleh perusahaan pembiayaan, maka dalam hal ini agen akan berupaya memastikan apakah besar nilai pencairan tersebut sudah maksimal atau belum, dan apabila sudah maksimal dan tetap tidak dapat memenuhi ekspektasi dari calon konsumen, maka agen akan mencoba mengarahkan calon konsumen untuk mencari alternatif perusahaan pembiayaan lain yang mungkin bisa memberikan nilai pencairan dana yang lebih tinggi dan menyetujui permohonan dari calon konsumen.

“...kalo akhirnya ditolak dan gak bisa banding lagi, ya saya tetap jaga hubungan baik dengan calon konsumennya dan dibujuk supaya bersedia diproses oleh perusahaan pembiayaan lainnya, kalau masih memungkinkan ya, tergantung alasan penolakannya juga... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menyampaikan bahwa penting untuk menjaga hubungan baik dengan calon konsumen yang ditolak persetujuannya oleh salah satu perusahaan

pembiayaan atau karena calon konsumen sendiri yang membatalkan pengajuan, sehingga agen masih bisa menjalin komunikasi yang baik dan mencari solusi bersama, misalkan mencari perusahaan pembiayaan lain yang masih mungkin menerima calon konsumen.

g. Tindak Lanjut

Dalam tahapan aktivitas ini, agen berupaya untuk meminta referensi dari calon konsumen yang telah menjadi konsumen dari perusahaan pembiayaan agar bisa menambah jumlah prospek baru bagi agen. Selain itu, agen juga turut mengingatkan pembayaran angsuran dari konsumen dan menawarkan kembali produknya bagi konsumen yang sudah mau lunas agar mau memperpanjang atau mengambil kembali pembiayaan dengan agen tersebut.

“...kita sih tetap jaga hubungan baik dengan konsumen yang sudah cair dananya. Kalo mereka puas dengan pelayanan yang kita berikan, mereka gak akan segan untuk ngasih referensi.. apa istilahnya...mulut ke mulut...nah itu, dan referensi akan datang dengan sendirinya... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menjelaskan pentingnya untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen yang sudah menerima dana pencairan dan meminta referensi nama prospek dari yang bersangkutan misalkan dari pihak keluarga/teman/koleganya yang memiliki BPKB untuk dapat dihubungkan langsung dengan

agen. Biasanya konsumen yang merasa puas dengan pelayanan agen akan memberikan referensi atau referensi tersebut akan datang dengan sendirinya karena disebarkan konsumen melalui mulut ke mulut (*word of mouth*).

“...untuk konsumen yang sudah mau lunas, saya coba tawarkan lagi ya, biasanya sekitar sebulan sebelum lunas. Kalau saya punya catatan yang mana-mana konsumen saya yang mau lunas, jadi tau kapan nawarinnya mau perpanjang gak pak/bu gitu... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Dari kutipan di atas, dapat dikemukakan bahwa agen menawarkan kepada konsumen yang mau lunas kreditnya sekitar satu bulan mendatang (dimana agen yang berpengalaman biasanya memiliki catatan) untuk mau mengambil kembali fasilitas pinjaman dengan jaminan yang sama atau apabila konsumen membutuhkan dana yang lebih besar, maka bisa dengan jaminan kendaraan lain yang nilai pasarnya lebih tinggi.

“...saya sebagai agen juga perhatiin collection dari perusahaan, saya sering bantu ingatin konsumennya..., pak/bu kapan ya mau bayarannya..., yang penting sopan kitanya...mesti ngertiin kondisi konsumen, saya ingatin tanggal pembayaran angsurannya, jadi pembayarannya bisa lancar... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menyampaikan bahwa agen juga sering mengingatkan konsumen agar tidak terlambat dalam membayar angsuran setiap bulannya dan menjaga rekam jejak catatan pembayaran yang baik, sehingga apabila konsumen ada kebutuhan pembiayaan ke depannya akan menjadi lebih mudah

disetujui. Dalam hal ini yang terpenting adalah bagaimana agen dapat menyampaikan pesannya dengan sopan dan mau mengerti kondisi yang sedang dihadapi oleh konsumen.

1.2. Aktivitas Komunikasi Persuasif

a. Pemahaman Pesan

Dalam tahapan ini, calon konsumen menerima pesan dari agen dan diproses melalui serangkaian proses di dalam benak calon konsumen, atau membentuk suatu citra atau *image* yang terbentuk dari pengalaman-pengalaman masa lalu, dan proses komunikasi yang terjadi antara keduanya. Dimana agen perlu menyampaikan pesan agar mudah dipahami oleh calon konsumen dan dapat membentuk citra atau *image* yang positif, sehingga dapat memperlancar proses selanjutnya.

“...kalau ngomong dengan calon konsumen mesti ramah sopan, jelas... biar yakin..., yang penting buat orang percaya... ini juga kadang taunya dari mulut ke mulut ya... karena orang bisa tahu dari sini.. dan kasih penjelasan, ini yang bisa atau gak, atau yang nanti diminta atau disiapin... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menyampaikan bahwa dalam hal berkomunikasi dengan calon konsumen, agen harus ramah dan sopan sehingga dapat membuat calon konsumen merasa yakin dan percaya, selain itu harus memberikan penjelasan yang sejelas mungkin di depan.

“...karena saya mendapatkan prospek dari online, ya saya coba menanyakan dulu ini siapa ya dan kebutuhannya apa, dan kalau direspon lewat WA, baru saya follow up lagi... untuk minta data-data awalnya gitu... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, dapat dikemukakan bahwa bagi agen yang mendapatkan prospek dari *online* misalkan website, blog, sosial media, maka setelah mendapatkan informasi nomor Whatsapp dari calon konsumen, agen akan melakukan tindak lanjut dengan mengirimkan pesan Whatsapp untuk menanyakan lebih lanjut mengenai identitas calon konsumen serta kebutuhannya sebelum meminta data-data awal yang dibutuhkan.

“...kita berharap ya konsumen juga mau terbuka gitu ... misal kalo pernah SLIK ya, misal pernah waktu itu namanya dipinjam sama saudara untuk kredit motor atau kredit apa gitu..., nah ini perlu diperjelas ya..., leasing biasanya kaku kalau soal SLIK., gak kaya dulu..., jadi bisa saling mengerti atau terbuka, ya intinya kita jelasin aja baik-baik kondisinya, kalau pun sampai gak jadi, juga orang senang sama kita, gak jadi tersinggung..., jadi bisa jaga hubungan baik gitu... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menyampaikan bahwa agen berusaha menjaga agar pesan atau pertanyaan yang disampaikan tidak menyinggung perasaan dari calon konsumen terutama terkait informasi yang bersifat sensitif seperti reputasi keuangan dari calon konsumen yang tercatat di SLIK, dimana hasil dari pengecekan SLIK ini seringkali menjadi salah satu acuan utama dari perusahaan pembiayaan untuk menyetujui atau menolak permohonan pembiayaan dari calon konsumen. Agen berusaha

mendapatkan keterbukaan dari calon konsumen selama berkomunikasi mengenai kondisi SLIK nya, apabila pernah punya pinjaman macet dan tetap menjaga hubungan baik dengan calon konsumen walaupun akhirnya tidak jadi atau ditolak pengajuan pembiayaannya oleh perusahaan pembiayaan.

“...yang penting, konsumen juga tahu kalo kita kasih pelayanan yang terbaik, kebutuhan orang kan beda-beda ya, ada yang untuk sekolah anak, renovasi rumah, kirim uang ke kampung.., yang paling aman.. saya sih sering ditulis kebutuhannya renovasi rumah aja deh.. agar gak ribet, gak banyak ditanyain leasing..., kita mau orang jadi gak ngerasa ribet.. (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Dari kutipan di atas, agen menggali kebutuhan dana dari calon konsumen terhadap karena hal ini juga akan menjadi salah satu pertanyaan atau persyaratan dari perusahaan pembiayaan untuk memberikan persetujuan. Dengan mendapatkan informasi mengenai kebutuhan dana dari calon konsumen tersebut, maka agen yang berpengalaman dapat membagikan cara terbaik untuk memperlancar proses pengajuan pembiayaannya.

“...jarang ya konsumen yang nanya ini akad pembiayaannya apa?... biasanya sih nanyain perusahaannya dan programnya, nah kita jelasin perusahaannya apa...kenapa BPKB aman, proses gak ribet atau cepat, gampang kalau mau bayar angsurannya...dimana aja bisa... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menyampaikan berdasarkan pengalamannya bahwa jarang calon konsumen yang menanyakan mengenai akad perusahaan pembiayaannya di tahap awalnya.

Dimana pertanyaan yang sering muncul adalah terkait dengan perusahaan pembiayaan, keamanan BPKB, kemudahan dan kecepatan proses serta kemudahan dalam pembayaran angsuran per bulan nantinya.

“...kalau pas di WA gak ngerespon, mungkin lagi sibuk atau lagi dijalan kali ya..., kadang saya coba telpon juga atau follow up lagi intinya, yang penting profesional aja... agar image konsumen sama kita juga baik dan kita perhatian sama mereka... tapi juga gak kesannya ngejar sampai gimana gitu... yang penting nanya aja... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Dari kutipan di atas, dapat dikemukakan bahwa bagi agen yang mendapatkan prospek melalui online atau internet, berdasarkan pengalamannya, kadang menemukan calon konsumen yang lambat atau tidak merespon terhadap pesan yang disampaikan oleh agen sehingga sulit atau bahkan tidak dapat ditindaklanjuti, dalam hal ini agen mengatakan bahwa hal ini sebagai suatu hal yang biasa ditemui dalam penjualan dan agen akan tetap mencoba berkomunikasi secara profesional.

b. *Encoding* Pesan

Dalam tahapan ini, agen menerjemahkan pikiran dan ide-idenya kedalam bentuk stimulus *verbal* atau *non-verbal* sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh calon konsumen, termasuk cara agen dalam melakukan pendekatan (memunculkan ada kesan kesamaan atau kemiripan antara keduanya) sehingga agen dapat

dengan lebih mudah mentransplantasikan *image* nya kepada calon konsumen.

“...yang penting kita berikan perhatian.., orang tahu kalau kita perhatian atau gak dan jadi merasa kenal gitu..., jadi kesannya bisa lebih dekat, nyaman konsumen ngomong sama kita, mau terbuka, jadi kita bisa bantu sesuai kebutuhannya... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menjelaskan bahwa pentingnya memberikan perhatian kepada calon konsumen komunikasi menjadi lebih mudah karena adanya kedekatan secara psikologis, selain itu calon konsumen akan merasa lebih nyaman dan terbuka dalam berkomunikasi dengan agen.

“...kalau konsumennya sudah ngerti, kan jelasin nya lebih enak... kalau motor jaminannya ok dan dokumennya lengkap, ya kita lanjut prosesnya ..butuh dananya cair berapa, waktu bisa disurvei kapan ya... biasanya pas kalau suami istri ada di rumah, intinya kita coba ngertiin kondisi atau kendalanya konsumen apa...kebutuhannya apa... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Dari kutipan di atas, agen menjelaskan bahwa perlunya mengerti kondisi-kondisi yang dialami oleh calon konsumen terkait dengan keadaan dan kendala yang dihadapinya misalkan terkait dengan kelengkapan dokumen, besar kebutuhan data, kapan waktu terbaik untuk survei dilakukan dan tingkat urgensi kebutuhan dananya, sehingga agen dapat memberikan yang terbaik dan menyusun langkah-langkah persiapan yang perlu dilakukan sesuai dengan informasi-informasi yang didapatkan.

“...sebisa mungkin saya coba ikutin dulu konsumen maunya bagaimana, baru kita kasih penjelasan..., kalau mau angsuran murah ya kita negoin, mau pencairan maksimal yang kita negoin, kalau inginnya syariah.. ya kebetulan, saya bilang ada pembiayaan syariah..., jadi tergantung, sesuai kondisi konsumennya saja ya.. (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menyampaikan bahwa agen perlu mengusahakan untuk memberikan kesan yang baik kepada calon konsumen dengan mencoba mengakomodir hal-hal yang dibutuhkan sesuai dengan kondisi yang dihadapi oleh calon konsumen. Semakin banyak pengalaman yang dimiliki oleh agen, maka agen biasanya dapat memberikan ide-ide solusi berdasarkan pengalamannya tersebut kepada calon konsumen.

c. *Decoding* Pesan

Dalam tahapan ini, calon konsumen menerima, menguraikan dan mencoba memahami pesan yang disampaikan oleh agen dalam interaksi yang terjadi dan cara agen meminimalkan gangguan (*noise*) selama transmisi pesan ini, termasuk bagaimana respon dari calon konsumen setelah menerima pesan dari agen tersebut.

“...pas kita bilang bahwa kita agen, konsumen biasanya mikir, ini agen seperti apa? karena bayangannya agen asuransi gitu, dan paling sering, habis itu nanya, ini agennya resmi gak?, perusahaannya..., nah ini kita jelasin sampai yakin.. (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menyakinkan calon konsumen mengenai identitas diri agen, karena tidak semua calon

konsumen memahaminya atau bisa memiliki persepsi yang berbeda. Sehingga agen perlu untuk memberikan penjelasan yang menyakinkan kepada calon konsumen mengenai peranan, kredibilitas dan pengalamannya sebagai agen.

“...BPKB nya nanti aman gak...kadang ya nanya..., setelah dijelasin, masih banyak nanyain yang lain, kadang ya perlu diulang-ulang.. sampai ngerti, ...yang penting sabar aja kita jelasin.. kan juga namanya konsumen... walau mereka tuh ada kebutuhan juga sebenarnya... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Dari kutipan di atas, agen menjelaskan mengenai keamanan penyimpanan BPKB atau hal-hal lainnya dengan sabar dan merespon sesuai dengan pertanyaan dari calon konsumen dalam tahapan *decoding* pesan ini. Pada dasarnya, agen juga memahami bahwa calon konsumen juga memiliki kebutuhan dan tentunya ingin mendapatkan penjelasan yang lengkap sebelum bersedia melanjutkan prosesnya.

“...nyampaiin ke konsumennya yang mesti jelas, yang mana bisa, yang mana belum atau gak bisa, sesuai kondisi aja..., yang penting kita dengerin..., kendalanya apa, kita jelasin baik-baik, kalau sudah kena SLIK susah ya..., paling kita coba minta konsumennya ingat-ingat pernah ada pinjaman dimana atau dipinjam datanya sama orang lain misalkan dari keluarga atau teman... tapi biasanya kalau SLIK nya sudah lolos atau gak ada masalah, maka besar tinggal nilai pencairan, angsurannya saja... cocok gak dengan ekspektasi... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menjelaskan bahwa reputasi keuangan yang tercatat di SLIK menjadi suatu persyaratan yang

penting, sehingga perlu adanya keterbukaan dari calon konsumen. Dalam hal ini agen berusaha memastikan agar calon konsumen memahami mengenai persyaratan yang dibutuhkan ini dan apabila ada kendala terhadap hasil pengecekan maka bersama-sama untuk memikirkan solusinya sehingga pengajuannya tetap bisa diproses. Apabila hasil pengecekan SLIK berhasil dilalui, maka tahap proses selanjutnya berkaitan dengan kebutuhan pembiayaannya.

“...kadang pernah dapat konsumen yang susah ngertinya..., maunya agak aneh atau gak jelas, misal kaya mau jual motor aja minta nilai pencairannya, sudah panjang lebar ngobrol,...sudah dibantuin nego segala, setelah itu gak mau lagi jawab WA atau telpon, padahal kesan awal kaya serius banget..., kadang ya terjadi... kita sih tetap sabar dan tetap layani aja... namanya juga usaha kan ya.. (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Dari kutipan di atas, dapat dikemukakan bahwa berdasarkan pengalaman agen, perlu untuk diketahui agen sejauh mana calon konsumen dapat memahami pesannya, dan bila diperlukan dapat memberikan penjelasan ulang serta memberikan contoh atau ilustrasi yang diperlukan sebagai pendukung. Respon dari calon konsumen kadang susah dimengerti atau diprediksi oleh agen, misalkan ada calon konsumen yang meminta nilai pencairan yang sangat tinggi atau bahkan ada yang tidak dapat dihubungi kembali oleh agen setelah berinteraksi. Sehubungan dengan hal ini, agen tetap melayani dengan profesional dan ramah serta memberikan kesan yang terbaik.

d. Evaluasi Pesan

Dalam tahapan ini, calon konsumen mengevaluasi pesan-pesan yang disampaikan dan diterima selama proses interaksi dengan agen, sangat mungkin terjadinya perbedaan-perbedaan yang perlu diatasi oleh agen dalam proses memberikan pemahaman pesan atau pembentukan citra (*image*) di dalam benak calon konsumen.

“...kadang konsumen salah mengira... kalau kita pakai kata gadai, sering dibilang ini pegadaian ya, imagenya pegadaian, padahal bukan pegadaian tapi pembiayaan, nah hal ini yang perlu dijelaskan..., kadang yang mau digadaikan malah motornya, nah hal ini yang perlu dijelaskan dulu... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menjelaskan bahwa selama berinteraksi dengan calon konsumen, kadang ada perbedaan persepsi terhadap pesan yang disampaikan oleh agen, sehingga agen perlu mengevaluasi dan meminimalkan perbedaan-perbedaan persepsi tersebut, dengan cara memberikan penjelasan secara lebih terperinci dengan tujuan untuk menyakinkan calon konsumen, misalkan terkait dengan istilah kata “gadai” yang sering digunakan dalam iklan-iklan promosi, yang sering diartikan secara harfiah adalah gadai terhadap kendaraan bermotor, sehingga pengertian ini perlu diluruskan.

“...ada sih yang pernah nanya mengenai syariahnya, ini syariah yang seperti apa ya?... beneran atau syariah-syariahan sama seperti konvensional... karena bayangannya syariah itu mungkin seperti bank-bank syariah ya, karena perusahaan pembiayaannya memang

bukan syariah... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Dari kutipan di atas, agen menyampaikan bahwa agen pernah menemukan calon konsumen yang menanyakan mengenai akad syariah yang digunakan dan ingin memastikan bahwa akad syariah benar-benar telah sesuai dengan prinsip syariah seperti halnya bank-bank syariah yang dikenal selama ini oleh calon konsumen. Dalam hal ini, agen perlu menyakinkan calon konsumen dengan penjelasan mengenai akad pembiayaan syariah yang digunakan.

“...istilah agen juga sering menimbulkan pertanyaan.. agen itu sering disamakan dengan broker, agen asuransi sejenis itu..., jadi ada kesan kurang dipercaya gitu, kadang menggunakan istilah mitra..., jadi kita selalu jelasin sih bahwa kita agen resmi dan terdaftar... (Hasil wawancara pada tanggal 28 Mei 2022)”

Berdasarkan kutipan di atas, agen menyampaikan bahwa perlu menjelaskan profesi dan identitasnya sebagai agen resmi dan terdaftar di perusahaan pembiayaan. Karena istilah agen banyak digunakan dalam bidang asuransi, dan sejenisnya, sehingga calon konsumen mungkin salah persepsi. Kadang istilah agen ini pun memiliki sebutan lain yaitu mitra, namun sebenarnya memiliki fungsi yang sama.

“...kalau prosesnya gak disetujui, biasanya konsumen agak kecewa, kita sebagai agen perlu nyampaiin baik-baik, bakal nanya-nanya alasan soalnya... kenapa kok gak disetujui..., harus dijelasin dengan sopan, dan tetap jaga hubungan baik..., ya biasanya ditolak karena SLIK tadi, ...ada juga karena yang lain tergantung nanti kreditnya bagaimana... (Hasil wawancara pada tanggal 3 Juni 2022)”

Dari kutipan di atas, agen menjelaskan bahwa persetujuan terhadap pengajuan pembiayaan calon konsumen adalah wewenang penuh dari perusahaan pembiayaan, sehingga dalam hal ini agen perlu mengkomunikasikannya dengan jelas dan berusaha untuk tetap menjaga hubungan baik dengan calon konsumen walaupun hasil keputusan kreditnya pada akhirnya tidak disetujui. Dalam hal ini agen yang berpengalaman dapat menawarkan solusi-solusi lain kepada calon konsumen, misalkan ganti perusahaan pembiayaan.

2. Pendekatan Teori Disonansi Kognitif Untuk Menjelaskan Aktivitas Komunikasi Persuasif Dalam *Personal Selling* Yang Dilakukan Oleh Agen Penjualan Produk Pembiayaan Syariah.

Hasil identifikasi terhadap kasus Disonansi Kognitif yang ditemukan dalam interaksi agen dengan calon konsumen dan bagaimana cara agen mengurangi disonansi yang terjadi dapat ditemukan sebagai berikut:

1. Calon konsumen merasa ragu dengan kalimat iklan dalam promosi yang dilihat di website atau spanduk dari agen.

Agen akan menampilkan pesan-pesan dalam kalimat iklan yang dapat menimbulkan rasa keingintahuan calon konsumen untuk segera menghubungi agen sehingga nantinya bisa dijelaskan lebih lanjut.

2. Calon konsumen merasa ragu apakah produk pembiayaan yang ditawarkan bisa menyelesaikan permasalahan atau kebutuhan keuangan yang sedang dihadapinya.

Agen menjelaskan bahwa produk pembiayaan merupakan solusi keuangan terbaik karena kemudahan-kemudahan dan prosesnya yang cepat dalam menyediakan dana.

3. Calon konsumen merasa ragu apakah sudah datang ke orang yang tepat untuk kebutuhan dananya.

Agen menjelaskan mengenai layanan yang ditawarkannya dan pengalamannya dalam membantu calon konsumen dari proses awal pengajuan sampai dengan pencairan dana.

4. Calon konsumen merasa ragu apakah bisa memenuhi semua persyaratan yang dibutuhkan oleh pihak penyedia dana.

Agen menjelaskan kemudahan persyaratan dan peranan agen dalam membantu dalam hal kelengkapan data calon konsumen.

5. Calon konsumen merasa ragu dengan identitas dari para agen yang didapatkan dari informasi melalui website atau spanduk-spanduk di tempat agen.

Agen menjelaskan mengenai identitas keagenannya sebagai seorang agen resmi dari perusahaan pembiayaan yang juga sudah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

6. Calon konsumen merasa ragu apakah agen nanti akan meminta bagian atau komisi dengan memotong dana yang nantinya akan diterima oleh calon konsumen.

Agen menjelaskan bahwa agen tidak akan meminta bagian komisi apapun dari dana yang nanti diterima oleh calon konsumen atau calon konsumen akan menerima secara penuh dana pencairan tersebut.

7. Calon konsumen merasa ragu dengan perusahaan pembiayaan yang direferensikan oleh agen.

Agen menjelaskan mengenai profil perusahaan pembiayaan yang direferensikannya beserta informasi-informasi pendukung lainnya mengenai legalitas dari perusahaan, dan bukti bahwa perusahaan pembiayaan yang direferensikan merupakan perusahaan yang terdaftar dan diawasi oleh OJK serta memiliki kantor-kantor jaringan yang luas.

8. Calon konsumen merasa ragu dengan jenis dan usia kendaraan yang bisa diterima oleh pihak perusahaan penyedia dana.

Agen menjelaskan mengenai aturan jenis dan usia kendaraan yang bisa dijamin, misalkan 10 tahun sampai dengan akhir masa tenor pinjaman. Dalam beberapa kasus, agen masih dapat meminta dispensasi terkait usia kendaraan kepada perusahaan pembiayaan.

9. Calon konsumen yang Muslim merasa ragu apakah produk pinjaman dana atau pembiayaan ini merupakan produk syariah atau konvensional.

Agen menjelaskan bahwa produk pembiayaan yang ditawarkan adalah berbasis syariah atau menggunakan akad syariah dan sesuai untuk calon konsumen yang Muslim.

10. Calon konsumen yang Muslim merasa ragu apakah akad syariah yang digunakan benar-benar syariah seperti halnya bank syariah.

Agen menjelaskan bahwa akad perjanjian yang digunakan adalah akad syariah yang sama regulasinya dengan bank-bank syariah.

11. Calon konsumen merasa ragu apakah BPKB yang dijaminkan bisa diterima misalkan bukan atas nama pribadi atau orang lain.

Agen menjelaskan bahwa kepemilikan BPKB kendaraan yang dijaminkan bisa segaris (atas nama sendiri atau istri) atau tidak segaris (yaitu selain diri sendiri atau istri), namun apabila tidak segaris maka besarnya dana pencairan biasanya tidak akan sebesar yang segaris.

12. Calon konsumen merasa ragu apakah STNK yang pajaknya belum dibayar atau mati dapat diterima.

Agen menjelaskan bahwa perusahaan pembiayaan pada umumnya bekerjasama dengan biro jasa rekanan yang dapat membantu proses perpanjangan STNK, dan biaya perpanjangan nanti dapat dipotong dari nilai pencairan dana yang diterima.

13. Calon konsumen merasa ragu apakah sudah mendapatkan nilai pencairan yang maksimal.

Agen menjelaskan bahwa nilai pencairan tergantung keputusan perusahaan pembiayaan, dimana agen akan memberikan simulasi pencairan semaksimal mungkin sesuai keterangan yang didapatkan.

14. Calon konsumen merasa ragu apakah nanti akan menerima pencairan secara penuh atau ada potongan-potongan biaya lagi.

Agen menjelaskan bahwa nilai pencairan dana akan diterima penuh oleh calon konsumen tanpa potongan biaya apapun.

15. Calon konsumen merasa ragu apakah nilai angsuran dari produk pembiayaan syariah ini akan menjadi lebih mahal dari produk lainnya.

Agen menjelaskan bahwa nilai angsuran dari produk syariah yang ditawarkan akan sama kompetitifnya dengan produk konvensional lainnya bahkan lebih baik lagi tergantung dari programnya.

16. Calon konsumen merasa ragu apakah nanti mampu untuk membayar angsuran per bulannya (terutama pada masa pandemi Covid-19).

Agen menjelaskan bahwa nilai angsuran bisa disesuaikan dengan kapasitas dari calon konsumen, misalkan dengan memperpanjang tenor pinjaman, atau hanya mencairkan dana seperlunya saja, sehingga lebih besar peluang untuk disetujui.

17. Calon konsumen merasa ragu apakah pembayaran angsurannya nanti akan mudah atau sulit.

Agen menjelaskan bahwa pembayaran angsuran bisa dilakukan melalui banyak pilihan cara, misalkan melalui Indomaret, Alfamart, Tokopedia, Shopee, Bukalapak dan bank yang sudah bekerja sama dengan perusahaan pembiayaan.

18. Calon konsumen merasa ragu apakah nanti data identitas diri yang diberikan ke agen akan bisa disalah gunakan untuk hal-hal lainnya.

Agen menjelaskan bahwa data yang dibutuhkan hanya foto KTP dan STNK saja yang akan diserahkan untuk dicek oleh perusahaan

pembiayaan terlebih dahulu. Agen memberikan keyakinan bahwa data identitas calon konsumen akan dijaga kerahasiaannya serta digunakan hanya untuk keperluan proses pengajuan. Dan apabila ada kebutuhan data lain maka calon konsumen bisa memberikannya langsung kepada petugas surveyor dari perusahaan pembiayaan.

19. Calon konsumen merasa ragu apakah pengajuan dananya bisa disetujui karena memiliki rekam jejak SLIK yang kurang baik.

Agen membujuk agar calon konsumen bersedia mencoba untuk dicek terlebih dahulu, sambil mencari solusi alternatif lainnya seandainya pengajuan ditolak. Agen akan berusaha membantu dengan mencari beberapa alternatif perusahaan pembiayaan yang sekiranya bisa menerima kondisi tersebut.

20. Calon konsumen merasa ragu apakah bisa memenuhi semua persyaratan dokumen karena adanya kendala dokumen tertentu.

Agen menjelaskan mengenai dokumen alternatif atau substitusi dan menanyakan mengenai ketersediaan dokumen alternatif tersebut kepada calon konsumen. Apabila dokumen tersedia, maka agen akan berkoordinasi dengan perusahaan pembiayaan agar tetap dapat melanjutkan proses pengajuannya.

21. Calon konsumen merasa ragu apakah nanti akan diminta lagi persyaratan-persyaratan tambahan yang sulit untuk dipenuhi.

Agen menjelaskan bahwa perusahaan pembiayaan kadang memang meminta tambahan data atau dokumen apabila ada hal-hal yang perlu untuk diverifikasi lebih lanjut untuk kebutuhan persetujuan kredit.

22. Calon konsumen merasa ragu apakah nanti prosesnya akan cepat atau *instant* atau bahkan berbelit-belit.

Agen menjelaskan bahwa proses persetujuan pada umumnya cepat dan tidak berbelit-belit. Dalam hal ini, agen menyampaikan bahwa akan membantu monitor proses pengajuan dari calon konsumen. Pada proses lancar, maka calon konsumen sudah bisa mendapatkan pencairan dananya dalam kurun waktu 1 hari kerja setelah semua persyaratan terpenuhi.

23. Calon konsumen merasa ragu apakah nanti BPKB tersimpan aman dan bisa diambil sewaktu-waktu.

Agen menjelaskan bahwa dokumen BPKB asli akan diserahkan langsung ke perusahaan pembiayaan setelah disetujui. BPKB asli akan disimpan oleh perusahaan pembiayaan di dalam brankas sehingga terjamin keamanannya dan baru bisa diambil setelah kewajiban lunas.

24. Calon konsumen merasa keberatan dengan nilai pencairan dana yang didapatkan beda dengan informasi yang bisa didapatkan di awal.

Agen menjelaskan pada tahap awal bahwa nilai pencairan dana yang disampaikan oleh agen adalah simulasi dan bersifat sementara, dimana nilai pencairan final nanti akan diinfokan oleh surveyor setelah proses survey dilakukan.

25. Calon konsumen merasa keberatan dengan nilai angsuran yang menjadi lebih mahal daripada yang disampaikan di awal oleh agen.

Agen menjelaskan bahwa nilai angsuran yang diberikan pada tahap awal hanya dihitung berdasarkan simulasi dan belum final. Dimana hasil perhitungan final nanti akan diberikan setelah proses survey dilakukan oleh perusahaan pembiayaan.

26. Calon konsumen merasa keberatan dengan dokumen persyaratan yang dirasakan sulit dipenuhi dan merepotkan.

Agen membujuk calon konsumen untuk bersedia dan berusaha memenuhi dokumen persyaratan yang dibutuhkan atau diminta oleh surveyor untuk kepentingan persetujuan pengajuannya. Apabila calon konsumen tidak dapat memenuhi persyaratan dokumen, maka agen akan berkoordinasi dengan pihak perusahaan pembiayaan untuk mendapatkan solusi atas persyaratan tersebut.

27. Calon konsumen merasa keberatan dengan lamanya proses persetujuan padahal dana sangat dibutuhkan.

Agen menjelaskan bahwa dalam kondisi normal, dana bisa dicairkan dalam kurun waktu satu hari kerja dengan kondisi setelah semua persyaratan telah terpenuhi. Agen akan terus berkoordinasi dengan pihak perusahaan untuk mendapatkan informasi mengenai status persetujuan, dan menyampaikan statusnya kepada calon konsumen.

28. Calon konsumen merasa keberatan dengan proses survei karena merasa kurang nyaman selama pandemi Covid-19.

Agen menjelaskan bahwa petugas survey dari perusahaan pembiayaan sudah divaksinasi dan tetap menjalankan proses yang ketat. Calon konsumen juga disarankan agar tetap memakai masker pada saat bertemu langsung dengan petugas surveyor.

29. Calon konsumen merasa keberatan dengan jadwal yang ditetapkan oleh surveyor dalam proses survey.

Agen akan mengatur ulang jadwal survei dengan petugas surveyor dari perusahaan pembiayaan dan menyesuaikan dengan jadwal terkini dari calon konsumen. Agen akan mengkonfirmasi jadwal tersebut kepada petugas surveyor dan meminta calon konsumen beserta pasangannya bisa berada di rumah pada waktu yang telah dijanjikan.

30. Calon konsumen merasa ragu apakah jadi menyerahkan dokumen BPKB asli atau masih bisa mendapatkan alternatif pinjaman dari sumber lain yang bahkan tanpa meminta jaminan.

Agen menjelaskan bahwa pinjaman tanpa jaminan (KTA) memiliki angsuran yang mahal dan kebanyakan bukan syariah. Sementara produk pembiayaan yang ditawarkan agen adalah produk pembiayaan syariah dan bebas riba. Agen membujuk calon konsumen agar melanjutkan ke proses pencairan dana karena telah mendapatkan persetujuan dari perusahaan pembiayaan.

31. Calon konsumen merasa ragu apakah nanti bisa langsung menerima dananya setelah dokumen BPKB asli diserahkan.

Agen menjelaskan bahwa dana biasanya dapat langsung diterima pada hari yang sama dengan penyerahan dokumen BPKB asli atau paling lambat keesokan harinya apabila melalui transfer ke rekening bank calon konsumen.

32. Calon konsumen merasa ragu apakah nanti bisa mendapatkan *copy* kontrak perjanjian aslinya untuk pegangan.

Agen menjelaskan bahwa *copy* kontrak perjanjian nantinya akan dikirimkan oleh perusahaan pembiayaan ke alamat tempat tinggal calon konsumen yang tercatat dalam formulir pengajuan kredit. Dan beberapa perusahaan pembiayaan, juga ada yang mengirimkannya melalui email.

33. Calon konsumen merasa ragu apakah nanti kalau ada masalah terkait dengan angsuran macet bisa diselesaikan secara baik-baik.

Agen menghimbau agar calon konsumen tidak telat dalam pembayaran angsuran setiap bulannya, namun apabila ada kendala pembayaran, maka akan ada denda, dan yang paling penting adalah calon konsumen menunjukkan niat baik untuk menyelesaikan kewajibannya.

34. Calon konsumen merasa ragu apakah agen punya alternatif solusi untuk dirinya pada saat persetujuan kreditnya tidak disetujui atau ditolak oleh perusahaan pembiayaan.

Agen membujuk calon konsumen, untuk bersedia dialihkan proses pengajuannya ke perusahaan pembiayaan lain yang memiliki

kebijakan kredit yang berbeda, sehingga ada kemungkinan masih bisa diterima atau mengalihkannya ke nama pemohon lainnya.

35. Calon konsumen merasa ragu apakah perlu memberikan sedikit komisi untuk agen atau tidak pada saat menerima pencairan dana.

Agen menjelaskan kembali kepada calon konsumen bahwa calon konsumen tidak perlu memberikan komisi dalam bentuk apapun kepada agen, karena agen sendiri sudah mendapatkan komisi atas pencapaian target penjualan dari perusahaan pembiayaan.

36. Calon konsumen merasa ragu apakah agen bisa membantu terkait persoalan hasil pengecekan SLIK yang dialaminya dengan mendapatkan perusahaan pembiayaan lain yang bisa menerima kondisi hasil pengecekan SLIK-nya.

Agen berusaha untuk membujuk calon konsumen agar bersedia untuk mencoba mengganti nama pemohon dari nama calon konsumen ke nama pihak keluarga lain yang masih memiliki rekam jejak yang baik di SLIK. Sehingga pengajuan kreditnya berpeluang untuk disetujui oleh perusahaan pembiayaan. Cara ini bersifat sangat pribadi dan belum tentu calon konsumen langsung menyetujuinya.

B. Pembahasan

1. Pembahasan Umum

Dalam menjalankan aktivitas *personal selling*, agen mempersiapkan diri untuk menghadapi segala kemungkinan yang dapat terjadi selama

proses komunikasinya dengan calon konsumen. Dimana agen berusaha untuk menjawab setiap pertanyaan atau mengatasi keraguan calon konsumen sebelum proses penjualan dapat terealisasi. Agen yang masih melakukan pendekatan secara konvensional atau belum menggunakan teknologi internet, dengan agen yang sudah menggunakan teknologi internet dan memiliki jangkauan yang lebih luas, memiliki cara pendekatan yang berbeda dalam membujuk calon konsumen, yang teridentifikasi dalam setiap aktivitas *personal selling*: mencari prospek, prapendekatan, pendekatan, presentasi, penanganan keberatan, menutup penjualan dan tindak lanjut. Aktivitas komunikasi persuasif yang terjadi dalam interaksi agen dengan calon konsumen, diawali dengan tahapan pemahaman pesan yang diproses melalui serangkaian proses dalam benak agen dan calon konsumen. Kemudian melalui tahapan *encoding* dan *decoding* pesan, dimana pesan saling diterjemahkan dan diuraikan kedalam bentuk stimulus *verbal* dan *non-verbal* sehingga pesan dapat lebih mudah dipahami satu sama lain. Selanjutnya calon konsumen akan mengevaluasi pesan-pesan yang diterima dari agen, dan apabila ada perbedaan-perbedaan maka akan diatasi atau diminimalkan dengan kembali memberikan pemahaman pesan atau pembentukan citra (*image*) di dalam benak calon konsumen.

Pada dasarnya, setiap calon konsumen yang ditemui oleh agen, sama-sama mengalami *Cognitive Dissonance* (Disonansi Kognitif) pada setiap tahapan prosesnya yaitu dari tahap awal sampai dengan tahap

akhir, sehingga perlu diturunkan disonansinya oleh para agen agar proses pengajuan calon konsumen dapat berlanjut sampai dengan selesai atau calon konsumen dapat menerima pencairan dananya. Dari hasil penelitian menggunakan pendekatan Teori Disonansi Kognitif, diidentifikasi ada total 36 kasus *Cognitive Dissonance* (Disonansi Kognitif) yang dialami oleh calon konsumen selama aktivitas komunikasi persuasif yang dilakukan agen saat melakukan tahapan *personal selling*, sedangkan kasus yang berhubungan langsung dengan aspek prinsip syariah, ada 3 kasus dari 36 kasus tersebut yang kadang muncul sebagai disonansi dari para calon konsumen berdasarkan pengalaman dari agen.

Kasus-kasus *Cognitive Dissonance* dari calon konsumen yang ditemukan selama proses berinteraksi dengan agen, ada sedikit kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh S.K. Chandra, Purva Kansal dan Suriti Goel, tahun 2018 pada kajian terdahulu, yang berfokus pada faktor yang mempengaruhi disonansi kognitif pada tujuan pembelian. Dimana dijelaskan bahwa salah satu faktor disonansi adalah risiko pelanggan tidak mendapatkan solusi ganti rugi yang tepat jika sedang menghadapi masalah dengan produk setelah digunakan, sehingga mengarah pada penolakan untuk memberi produk selanjutnya. Demikianpun apabila disonansi yang dialami oleh calon konsumen tidak dapat diturunkan oleh agen, maka bisa menyebabkan calon konsumen tidak bersedia untuk melanjutkan proses pengajuan pembiayaannya.

2. Pembahasan Berdasarkan Hasil Triangulasi

Sebagai salah satu teknik untuk menguji kredibilitas dari temuan-temuan yang didapatkan peneliti selama melakukan identifikasi terhadap aktivitas dari para agen tersebut, peneliti merasa perlu untuk meminta pendapat dari beberapa ahli atau pakar di bidang pembiayaan syariah sehingga peneliti bisa mendapatkan gambaran yang lebih komplit atau memperkuat dari hasil identifikasi tersebut. Dengan memadukan hasil identifikasi dengan pendapat-pendapat dari beberapa ahli atau pakar ini, peneliti akan menghasilkan suatu bentuk model komunikasi persuasif dalam *personal selling* yang sesuai digunakan oleh agen penjualan produk pembiayaan syariah dengan calon-calon konsumennya di tengah kondisi pandemi covid-19 dan dapat membantu meningkatkan penjualan produk pembiayaan syariah pada umumnya. Berkaitan dengan kebutuhan ini, peneliti melakukan triangulasi dengan meminta pendapat dari dua orang ahli atau pakar yang berhubungan dengan produk pembiayaan syariah sebagai rujukan, yaitu sebagai berikut :

1. Triangulasi pertama dengan Bapak AD selaku Pejabat Unit Usaha Syariah (UUS) di salah satu perusahaan pembiayaan yang bertanggung jawab untuk mengatur dan memonitor kebijakan terkait penjualan dan operasional unit syariah. Bapak Ardi memberikan beberapa pendapatnya terhadap fenomena yang terjadi di pemasaran pembiayaan syariah sebagai berikut:

P = Pertanyaan ; J = Jawaban

P	<i>Pak, mengapa pembiayaan syariah belum terlalu berkembang di Indonesia ya?</i>
J	<i>Ini karena sebagian besar calon konsumen masih mengedepankan aspek competitiveness dari produk pembiayaan syariah yang dijual, jadi bukan karena aspek spiritualnya. Contohnya ada anggapan bahwa angsuran produk pembiayaan syariah lebih mahal dibandingkan dengan produk pembiayaan konvensional. Jadi walaupun bebas riba, kebanyakan calon konsumen masih enggan untuk memprioritaskan pembiayaan syariah karena faktor anggapan nilai angsuran yang lebih mahal tadi, atau memang yang dicari adalah lebih ke aspek komersialnya.</i>
P	<i>Menurut bapak, bagaimana pemahaman konsumen umumnya untuk produk-produk syariah ya?</i>
J	<i>Biasanya, calon konsumen mengetahui produk pembiayaan syariah itu memang bebas riba atau sesuai syariat Islam. Tetapi aspek syariah ini menjadi jarang dirasa sebagai poin penting buat calon konsumen. Jadi calon konsumen mengutamakan aspek-aspek lainnya seperti : angsuran ringan, proses cepat dan mudah, nilai pencairan besar, dan lain-lain, seperti produk konvensional ya..</i>
P	<i>Menurut bapak, apakah ada perbedaan antara persepsi calon konsumen atas produk pembiayaan syariah yang dikeluarkan oleh perusahaan pembiayaan dan bank syariah ?</i>
J	<i>Iya masih ada perbedaan persepsi di benak calon konsumen terutama antara bank syariah dengan perusahaan pembiayaan yang menjual produk pembiayaan syariah. Jadi kalau bank syariah itu, dinilai penerapan syariahnya benar-benar murni dari sisi sumber dana (funding) maupun penyaluran kreditnya (lending), sementara perusahaan pembiayaan, penerapan syariahnya dianggap setengah-setengah hanya dari disisi penyaluran kreditnya saja (lending). Padahal sudah ada pengawasan dari Dewan Syariah dari perusahaan pembiayaan tersebut, sehingga penerapan syariat Islamnya sudah sesuai.</i>

2. Triangulasi kedua dengan Bapak RK selaku Kepala Penjualan Produk Pembiayaan Syariah di salah satu perusahaan pembiayaan yang bertanggung jawab dalam membuat program-program promosi dan mendesain strategi penjualan untuk produk pembiayaan syariah..

Selain itu, beliau juga sebagai trainer dan bertugas dalam menyusun program pelatihan buat agen-agen produk pembiayaan syariah agar dapat bisa menjadi agen yang produktif. Bapak Riko memberikan beberapa pendapatnya terhadap pemahaman akan produk serta aktivitas dari agen penjualan produk pembiayaan syariah di lapangan yaitu sebagai berikut:

P = Pertanyaan ; J = Jawaban

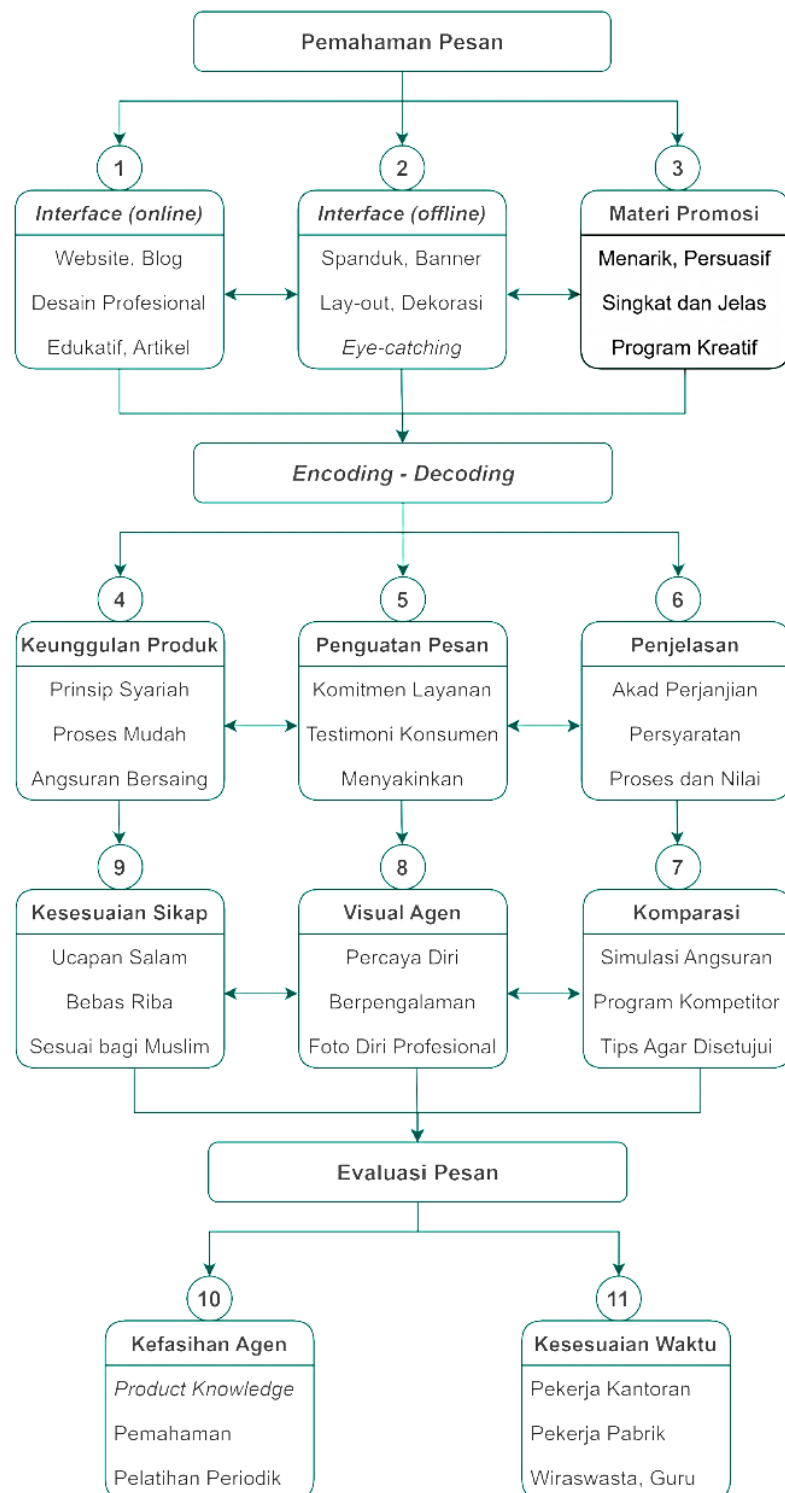
P	<i>Bagaimana cara agen melakukan penjualan produk pembiayaan syariah terhadap calon konsumennya pak?</i>
J	<i>Agen melakukan promosi produk pembiayaan syariah melalui banyak cara ya seperti contohnya menggunakan brosur, spanduk, penelponan, website, sosial media dan lain-lain. Dalam promosi, agen menonjolkan keunggulan-keunggulan produk pembiayaan seperti nilai pencairan besar, proses cepat, persyaratan mudah, dan lain-lain.</i>
P	<i>Bagaimana tingkat pemahaman agen terhadap produk pembiayaan syariah itu sendiri pak? Apakah mereka memiliki product knowledge yang mencukupi?</i>
J	<i>Boleh dikatakan, agen produk pembiayaan syariah, saat ini belum terlalu dalam untuk tingkat pemahaman syariahnya. Karena seringkali bukan menjadi prioritas juga dan sedikit calon konsumen yang menanyakan hal ini. Jadi pelatihan produk knowledge lebih kepada bagaimana menjual produk pembiayaannya, perhitungan insentif, cara pencairan dan bagaimana memberikan leads ke perusahaan.</i>
P	<i>Menurut bapak, hal-hal apa yang membedakan antara agen yang menghasilkan penjualan tinggi dan rendah?</i>
J	<i>Hal ini banyak faktornya, biasanya ditentukan oleh agen sendiri, misalkan: agennya yang rajin, disiplin dan sering promosi akan memiliki volume penjualan yang lebih tinggi dibanding agen lainnya, atau banyak aktivitas, selain itu penting bisa melayani dengan baik akan sering mendapatkan referensi dari konsumen dibanding agen lainnya. Ada juga yang memang mempunyai keterampilan menjual, karena mudah bergaul, supel dan banyak teman atau kenalan, sehingga lebih mudah menjual dibanding agen lainnya.</i>
P	<i>Menurut bapak, hal apa yang seringkali menjadi kendala agen dalam melakukan penjualan produk-produk syariah ini?</i>

J	<i>Kendalanya selain keaktifan dan skill agen dalam mencari calon konsumen, juga cara komunikasinya karena sama saja dengan produk konvensional ya... yang memang dicari oleh konsumen adalah itu-itu saja, apakah nilai pencairannya bisa maksimal, nilai angsurannya sesuai atau tidak, dan lain-lainnya. Sebenarnya saya melihat ada peluang kalau agennya memang bisa menyampaikan bahwa ini produk syariah, bagi calon konsumen Muslim akan sangat sesuai produknya... tinggal bagaimana materi pelatihan agennya coba saya review lagi ya... sebenarnya ini ide bagus..., perlu diupayakan.</i>
---	---

Dari hasil triangulasi dan identifikasi yang dilakukan peneliti terhadap agen-agen produk pembiayaan syariah berdasarkan aktivitas *personal selling*, aktivitas komunikasi persuasif dan pendekatan teori disonansi kognitif serta pendapat dari kedua ahli tersebut, peneliti menemukan bahwa agen perlu memperbaiki model komunikasinya dalam melakukan penjualan produk pembiayaan syariah sehingga dapat meningkatkan keyakinan dan menurunkan segala jenis disonansi yang muncul dibenak calon konsumen.

3. Model Komunikasi Persuasif Yang Sesuai Digunakan Oleh Agen Penjualan Produk Pembiayaan Syariah.

Berdasarkan identifikasi di atas, peneliti merancang suatu model komunikasi persuasif yang lebih sesuai digunakan oleh agen produk pembiayaan syariah untuk berkomunikasi dengan calon konsumennya ditengah kondisi pandemi covid-19 sebagai berikut:



Gambar 6: Bagan Model Komunikasi Persuasif Bagi Agen Penjualan Produk Pembiayaan Syariah

Adapun penjelasan dari setiap bagian model sesuai ilustrasi diatas berserta model komunikasi persuasif yang sesuai adalah sebagai berikut:

1. *Interface (online)*

Isi website atau media sosial yang saat dimiliki oleh agen hanya berisi penawaran produk pembiayaan syariah, tanpa adanya unsur edukasi ke calon konsumen tentang pembiayaan syariah.

Agen harus mempercantik tampilan website, blog untuk menimbulkan kesan Islami dan juga professional. Selain memberikan penawaran untuk produk pembiayaan syariah, hendaknya agen juga memberikan edukasi kepada calon konsumen berupa blog atau artikel tentang keuangan syariah atau ekonomi Islam agar tampak lebih menarik. Contoh: artikel tentang riba dan mengapa riba dilarang dalam agama Islam. Tujuan edukasi ini adalah membawa calon konsumen yang beragama Islam untuk dapat menerapkan syariat Islam dalam kehidupan sehari-hari.

2. *Interface (offline)*

Bagi agen yang mempunyai kantor, saat ini kondisi exterior dan interior kantor masih tampak sama dengan kantor agen lainnya yang menjual produk pembiayaan konvensional.

Agen dapat melakukan dekorasi suasana kantornya agar tampak Islami. Sehingga sesuai dengan produk pembiayaan syariah yang direferensikan dan terlihat dari materi spanduk atau banner yang dilihat (*eye-catching*) oleh calon konsumen.

3. Materi Promosi

Agen belum terlalu menampilkan keunggulan pembiayaan syariah dalam membuat program promosi untuk produk pembiayaan syariah di website, media sosial, pesan Whatsapp atau Telegram.

Agen menyampaikan pesan promosi yang menarik, persuasif dan singkat jelas ke calon konsumen untuk ditampilkan di dalam website, media sosial, Whatsapp, dan lain-lain serta dapat dikombinasikan dengan program-program kreatif dari agen sendiri. Contoh pesan: bagi calon konsumen Muslim yang menyerahkan data awal ke agen berupa foto KTP dan STNK akan diberikan ebook-ebook gratis berupa perencanaan keuangan keluarga Islami atau bagi calon konsumen yang telah cair fasilitas pinjamannya, akan diberikan uang pulsa dengan nominal tertentu misalkan sebesar Rp. 50,000,- sampai dengan Rp. 100,000,- (tergantung besarnya nilai pencairan) ke nomor telepon calon konsumen.

4. Keunggulan Produk

Walaupun agen menjual produk pembiayaan syariah namun dalam promosi dan komunikasinya ke calon konsumen dirasa kurang menonjolkan sisi syariahnya.

Agen bisa lebih menonjolkan sisi syariah dari produk pembiayaan yang dijualnya disamping adanya kelebihan-kelebihan lainnya yang didapatkan misalkan nilai pencairan besar, proses yang cepat, nilai angsuran yang bersaing dan lain-lain. Sebagian besar masyarakat

Indonesia adalah Muslim, sehingga produk pembiayaan syariah akan lebih sesuai buat masyarakat Indonesia. Pesan “bebas riba” menjadi penting untuk dicantumkan di website, media sosial, pesan whatsapp, spanduk ataupun banner.

5. Penguatan Pesan

Isi website atau media sosial yang dimiliki oleh agen, tidak disertai kesaksian atau testimoni atas pernyataan ataupun kalimat promosi yang disampaikan oleh agen, sehingga berpotensi dapat menimbulkan keraguan dari calon konsumen.

Beberapa testimoni dari konsumen yang sudah cair dan merasa puas dengan pelayanan dari agen bisa dijadikan contoh untuk disampaikan kepada calon konsumen sehingga bisa menunjukkan komitmen agen dalam memberikan pelayanan terbaik dan lebih menyakinkan calon konsumen akan pelayanan dari agen, contoh testimoni tersebut bisa ditampilkan pada pesan spanduk, banner, website, media sosial, dan lain-lain untuk semakin menambah keyakinan dari para calon konsumen pada saat membaca atau melihatnya.

6. Penjelasan

Dalam berpromosi, agen hanya menjelaskan keunggulan nilai pencairan yang besar. Hal ini menimbulkan ketidakjelasan dibenak calon konsumen mengenai besaran nilai pencairan dan prosesnya.

Agen perlu menjelaskan kepada calon konsumen mengenai informasi-informasi yang diperlukan seperti akad perjanjian syariah

yang digunakan, dokumen yang menjadi persyaratan, lama proses dan besar nilai pencairan. Misalkan: nilai pencairan besar bisa mencapai hingga 80% dari harga kendaraan (dengan syarat dan ketentuan berlaku). Jadi calon konsumen memiliki gambaran yang lebih jelas dan menghindari kesalah pahaman.

7. Komparasi

Dalam berpromosi, agen hanya menjelaskan perbandingan nilai angsuran yang lebih ringan. Hal ini mungkin dapat menimbulkan ketidakjelasan dibenak konsumen mengenai besaran nilai angsuran yang akan diberlakukan.

Agen perlu memberikan contoh simulasi perhitungan terkait besar nilai angsuran, dan perbandingan atau komparasinya dengan program perusahaan pembiayaan lainnya, termasuk kemungkinan atau *tips* cara agar disetujui perusahaan pembiayaan sehingga dapat menambah keyakinan calon konsumen. Contoh perhitungan tersebut bisa dijelaskan secara langsung atau melalui pesan-pesan pribadi.

8. Visual Agen

Dalam banyak kasus, agen hanya mencantumkan nomor telepon di website, spanduk, banner ataupun di media sosial (tanpa foto diri). Hal ini dapat menimbulkan keraguan dari calon konsumen atas identitas dari agen.

Agen perlu tampil dengan kesan percaya diri, dan menunjukkan pengalaman di bidangnya, bahkan dapat mencantumkan foto diri

yang profesional, sopan sesuai dengan masyarakat Muslim dan menampilkannya pada website, spanduk, banner, atau media sosial, dan lain-lain.

9. Kesesuaian Sikap

Agen belum mempunyai cara yang menggambarkan prinsip syariah dalam berkomunikasi atau memperkenalkan diri kepada calon konsumen. Beberapa agen masih menekankan pada pendekatan konvensional, padahal produk yang dijualnya adalah syariah.

Agen menyesuaikan salam perkenalan kepada calon konsumen sejak awal interaksi yaitu dengan menggunakan pendekatan yang sesuai dengan produk pembiayaan syariah. Misalkan melakukan salam perkenalan dengan mengucapkan Assalamulaikum Bapak/Ibu dan juga menjelaskan mengenai program syariah termasuk akad syariah yang akan digunakan dalam produk yang ditawarkan.

10. Kefasihan Agen

Agen belum mempunyai pengetahuan yang memadai atas produk pembiayaan syariah atau masih rendah dalam tingkat pemahaman syariahnya, sehingga apabila ada calon nasabah yang menanyakan mengenai aspek syariah, agen tidak bisa menjawabnya dengan baik.

Agen harus membekali diri dengan pengetahuan produk (*product knowledge*) dan pemahaman yang memadai serta mendapatkan pelatihan secara berkala mengenai pembiayaan produk keuangan

syariah, sehingga dapat dengan fasih menjelaskannya kepada para calon konsumen.

11. Kesesuaian Waktu

Dalam menghubungi calon konsumen, agen kurang mengetahui waktu atau jam yang tepat untuk menghubungi calon konsumen sehingga dapat berkomunikasi secara lebih efektif.

Dalam berkomunikasi dengan calon konsumen, agen perlu mengetahui waktu yang terbaik untuk menghubungi calon konsumen. Oleh karena itu, agen dapat mempelajari waktu atau jam-jam di mana seseorang sulit atau mudah dihubungi. Jika calon konsumen yang dituju adalah seseorang yang bekerja di kantor, sebaiknya jangan menghubungi pada jam-jam sibuk, misalnya jam 9 sampai jam 11 siang. Sebaiknya menghubungi sekitar pukul 11.30 atau 16.30, dikarenakan pada jam-jam tersebut sudah mendekati waktu istirahat, di mana orang-orang sudah mulai ada waktu. Namun jika calon konsumen yang dituju adalah ibu rumah tangga, sebaiknya jangan menghubungi pada jam 13.00 sampai dengan jam 15.00, karena kemungkinan pada jam tersebut, orang sedang istirahat dari aktivitas-aktivitas pagi.

Pada saat agen ada kesempatan untuk bertemu muka dengan calon konsumen misalkan dalam kondisi calon konsumen datang ke kantor agen ataupun agen punya janji temu dengan calon konsumen untuk melakukan presentasi produk pembiayaan syariah disuatu tempat, maka sangat penting

bagi agen untuk dapat memberikan kesan yang positif bagi calon konsumen. Adapun hal-hal penting yang perlu diperhatikan saat agen berkomunikasi tatap muka dengan calon konsumen adalah:

1. Agen harus dapat memberikan kesan antusias agar calon konsumen merasa senang berbicara dengan agen, sehingga calon konsumen akan berpikir bahwa agen sangat peduli dengan kebutuhan atau permasalahan keuangan calon konsumen. Dengan demikian, calon konsumen akan jadi lebih percaya diri, lebih terbuka dan mereka pun tidak segan lagi untuk membuka percakapan yang lebih dalam.
2. Agen harus menjadi pendengar yang baik agar dapat memahami kebutuhan keuangan calon konsumen. Selain itu, hindari memotong pembicaraan karena akan menimbulkan kesan kurang sopan. Dengan menjadi pendengar yang baik, agen dapat memberikan solusi yang tepat buat kebutuhan keuangan calon konsumen.
3. Sese kali agen perlu mengajukan pertanyaan sehingga percakapan dengan calon konsumen tidak kaku, ketika topik yang dibahas sudah habis. Sebaiknya ajukan pertanyaan berupa seberapa besar minat mereka terhadap sesuatu yang disukainya. Atau sedikit pertanyaan tentang kehidupan mereka. Hal tersebut akan bisa membawa agen untuk dapat mengenal calon konsumennya lebih dekat lagi.
4. Agen melakukan kontak mata disaat percakapan berlangsung dengan calon konsumen. Hal ini akan membuat interaksi antara agen dan calon konsumen menjadi lebih intens. Kontak mata memberikan kesan adanya

ketertarikan sehingga calon konsumen juga tertarik dan terbuka untuk bicara dengan agen.

5. Agen juga harus mengamati bahasa tubuh atau *gesture* calon konsumen karena *gesture* bisa menunjukkan apa yang dipikirkan seseorang meskipun berbeda dari yang diucapkannya. Amati *gesture* calon konsumen dan perhatikan pula nada bicaranya. Dengan begini agen bisa menyesuaikan kata-kata, *gesture* dan intonasi suara agar calon konsumen bisa memberi respon positif. Selain itu, hal ini juga berfungsi untuk melihat apakah calon konsumen merasa tertarik atau tidak dengan obrolan yang sedang berlangsung.
6. Agen menggunakan bahasa yang baik. Bahasa yang baik adalah bahasa yang mudah dimengerti dan sopan serta sesuai dengan kondisi lawan bicara Anda. Contoh: agen tentu tidak mungkin bicara dengan menggunakan bahasa ilmiah untuk bicara dengan calon konsumen yang berprofesi sebagai pedagang pasar. Hindari juga bahasa yang bertele-tele yang dapat membuat bingung calon konsumen.
7. Agen harus sopan dan murah senyum saat berbicara langsung dengan calon konsumen karena bisa memberikan aura positif pada setiap orang. Senyum adalah pesan. Saat agen tersenyum pada calon konsumen, secara tidak langsung agen sedang memberitahukan pada calon konsumen bahwa agen tertarik padanya. Calon konsumen yang menerima senyum biasanya akan lebih cair atau tidak kaku sehingga secara tidak langsung akan membentuk hubungan yang baik agen dengan calon konsumen tersebut.

8. Setelah agen melakukan serangkaian percakapan dengan calon konsumen, maka akhirilah dengan kesan yang baik, yakni dengan salam dan sopan santun. Hal itu akan memberikan kesan positif dari calon konsumen kepada agen, sehingga di pertemuan selanjutnya mereka tidak akan bosan dengan agen.