

Analisis Penerapan Etiket Komunikasi Sebagai Bentuk Promosi di Bank Central Asia (BCA) Cabang Hayam Wuruk

Amelia Fiona Kurniawan¹, Yugih Setyanto^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: amelia.915180261@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: yugihs@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 15-12-2021, revisi tanggal: 06-01-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal: 16-01-2022

Abstract

Etiquette is very important in supporting a company's reputation in attracting consumers. The purpose of this research is the application of employee communication etiquette at BCA Hayam Wuruk in providing services to customers and to find out communication etiquette in supporting promotions at BCA Hayam Wuruk. This study uses qualitative methods to understand phenomena from a natural social context that explains a person's social problems from a behavioral point of view. And also this research is only in the form of statements or sentences and uses exploratory research methods. This study uses social exchange theory which is used to explain and predict relationship maintenance. And this theory explains when and why individuals continue and develop personal relationships and when to end other relationships. In addition, this theory also takes into account satisfaction with the relationship you choose to maintain. The conclusion can be drawn is Bank Central Asia Hayam Wuruk Branch has implemented etiquette in communicating in providing services to customers so that customers feel safe and comfortable in conducting transactions at BCA Hayam Wuruk Branch. Because service companies like BCA, etiquette and communication are important things in the company.

Keywords: Bank Central Asia, communication etiquette, etiquette

Abstrak

Etiket sangat penting dalam menunjang reputasi sebuah perusahaan dalam menarik konsumen. Tujuan penelitian ini adalah memahami bagaimana penerapan etiket komunikasi karyawan di BCA Hayam Wuruk dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan untuk mengetahui etiket komunikasi dalam menunjang promosi di BCA Hayam Wuruk. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk memahami fenomena dari konteks sosial alamiah yang menjelaskan permasalahan sosial seseorang dilihat dari sudut pandang perilaku. Penelitian ini hanya berbentuk pernyataan-pernyataan atau kalimat serta menggunakan metode penelitian eksplorasi. Penelitian ini menggunakan teori pertukaran sosial yang digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi pemeliharaan hubungan. Teori ini menjelaskan kapan dan mengapa individu dalam melanjutkan dan mengembangkan hubungan pribadi serta waktu dalam mengakhiri hubungan yang lain. Selain itu, teori ini juga memperhitungkan kepuasan dengan hubungan yang anda pilih untuk dipertahankan. Kesimpulan yang didapat adalah Bank Central Asia cabang Hayam Wuruk sudah menerapkan etiket dalam berkomunikasi dalam memberikan pelayanan kepada nasabah sehingga nasabah merasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi di BCA Cabang Hayam Wuruk. Karena perusahaan jasa seperti BCA harus menyadari dan memiliki etiket dan komunikasi.

Kata Kunci: Bank Central Asia, etiket, etiket komunikasi, promosi

1. Pendahuluan

Dalam masyarakat yang pluralistis di dalamnya pluralisme moral juga terjadi, kita menghadapi situasi yang jauh berbeda. Jadi dalam hal ini etiket merupakan sebagian hal penting dari komunikasi. Dalam hal ini etiket yang akan dibahas adalah etiket komunikasi diperbankan. Dengan sikap yang mendukung pekerjaan, sopan berperilaku, memberikan senyuman dan memberikan sapaan saat memberikan layanan juga memiliki tanggung jawab atas pekerjaan yang diemban, akan berdampak pada persepsi nasabah mengenai layanan perbankan dengan persepsi yang positif dan nasabah mendapatkan kepuasan dalam hal layanan.

Salah satu Bank yang akan diteliti adalah BCA Kantor Cabang Pembantu Hayam Wuruk. Etiket sangat penting dalam menunjang reputasi sebuah perusahaan dalam menarik konsumen. Alasan mengambil topik penelitian mengenai etiket komunikasi di BCA adalah peneliti ingin mengetahui penerapan pelayanan etiket komunikasi pada karyawan BCA Hayam Wuruk mulai dari satpam, PIC Layanan, *teller* sampai dengan *customer service* dalam pelayanan terbaiknya kepada para nasabah agar nasabah merasa aman melakukan transaksi di Bank Central Asia.

Hal yang akan dibahas dan menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis atas penerapan etiket komunikasi sebagai bentuk promosi pada Bank Central Asia cabang Hayam Wuruk. Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan etiket komunikasi karyawan di BCA Hayam Wuruk dalam pelayanannya kepada nasabah guna menunjang promosi di BCA Hayam Wuruk. Berikut adalah penjabaran definisi konsep-konsep yang akan digunakan dalam penelitian ini:

- a. Definisi Komunikasi: secara terminologi, pengertian menurut ahli komunikasi dilihat dari sudut pandang dan pendapat mereka sebagai suatu penyampaian pesan verbal maupun non verbal yang memiliki makna tertentu.
- b. Definisi Etiket: etiket sering disebut pula sebagai tata karma yang memfokuskan pada sopan berbicara, tata cara berpakaian, cara bagaimana duduk, cara dalam menerima tamu di rumah/di kantor serta kesopansantunan lainnya.
- c. Definisi Etiket komunikasi: keberhasilan proses komunikasi dapat ditentukan dari etiket menurut Raditha Hana Sabila (2021).
- d. Promosi: menurut Sri Astuti (2015) Promosi adalah kegiatan mempengaruhi konsumen dalam mengenalkan produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
- e. Teori Pertukaran Sosial: menurut teori ini seseorang yang berinteraksi mengharapkan seseorang mampu memenuhi kebutuhannya. Dalam teori ini terdapat unsur imbalan (*reward*), pengorbanan (*cost*) dan keuntungan (*profit*). Teori ini menerangkan perubahan stabilitas dan sosial dalam proses pertukaran dari pihak-pihak yang bernegosiasi. Teori ini melihat pertukaran sebagai tindakan yang dapat memberikan hasil social dan ekonomi dengan membandingkan interaksi manusia dan perdagangan. Kesimpulan dari Teori Pertukaran Sosial ini adalah pendekatan luas untuk menjelaskan dan melakukan prediksi atas pemeliharaan suatu hubungan.

2. Metode Penelitian

Pendekatan metode penelitian adalah metode kualitatif. Selain metode kualitatif juga menggunakan metode penelitian eksplorasi, yang dimana merupakan

jenis penelitian awal atas suatu penelitian yang bersifat luas. Peneliti menggunakan metode kualitatif agar mengetahui konteks sosialnya. Konteks tersebut menggambarkan seseorang yang mendapatkan permasalahan sosial dilihat dari sudut pandang perilaku. Dalam penelitian ini, peneliti juga melakukan analisis dan membuat laporan tentang fenomena suatu hasil analisa dalam penelitian.

Metode Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan melakukan analisis kondisi di Bank Central Asia dengan menggunakan metode kualitatif. Dengan metode ini peneliti menitikberatkan pada kondisi objek agar dapat memperoleh data dan informasi yang mendalam.

Dalam penelitian kualitatif dikenal dengan istilah subjek penelitian. Menurut Felicia Cindy Winata dalam penelitian Suliyanto (2020) dijelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian berdasarkan data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang hanya berbentuk kalimat atau pernyataan. Subjek metode penelitian ini dinamakan dengan informan yaitu orang yang memberikan informasi data-data yang diperlukan peneliti. Untuk subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu Bank Central Asia (BCA) Hayam Wuruk. Berikut merupakan informan-informan yang akan berpartisipasi dalam penelitian ini:

- a. Kepala Bagian (Kabag)
- b. Customer Service Officer (CSO)
- c. Nasabah

Berikut adalah teknik dalam mengumpulkan data di penelitian ini menggunakan:

- a. Teknik Dokumentasi: suatu teknik dalam mengolah dan mengkaji data dokumen yang ada sebelumnya guna mendukung data penelitian.
- b. Teknik Observasi: pengumpulan data guna mengamati proses dalam pekerjaan, responden dan gejala alam.
- c. Teknik Wawancara: peneliti melakukan wawancara dengan narasumber untuk mendapatkan informasi.

Tujuan melakukan analisis data kualitatif yaitu untuk mengetahui makna hubungan variabel-variabel yang dapat digunakan atas jawaban masalah yang dirumuskan dalam penelitian. Prinsip pada teknik analisis data kualitatif adalah menganalisis dan mengolah data-data menjadi data yang teratur, sistematis, mempunyai makna, dan terstruktur. Menurut Vania Paramitha dalam penelitian Miles, Huberman and Saldana (2019), ada tiga teknik dalam menganalisis data kualitatif yaitu teknik mereduksi data, teknik penyajian data, dan teknik penarikan kesimpulan. Berikut adalah penjabaran penjelasan atas kegiatan analisis data yang dilakukan:

- a. Teknik mereduksi data. Bentuk analisis yang menggolongkan, menajamkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sampai pada kesimpulan akhir.
- b. Teknik penyajian data. Penyusunan informasi untuk penarikan kesimpulan yang berupa teks naratif atau berbentuk catatan lapangan, grafik, matriks, bagan dan jaringan.
- c. Teknik menarik kesimpulan. Teknik yang hasil analisisnya dapat digunakan untuk mengambil tindakan.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Peneliti akan menjelaskan hasil penelitian dari wawancara yang sudah dilakukan yaitu:

- a. Komunikasi berperan penting dalam menyelesaikan masalah
- b. Pelayanan yang baik dan sopan
- c. Terjadinya miskomunikasi apabila komunikasi tidak berjalan lancar
- d. Pentingnya menjaga hubungan antar nasabah dan karyawan supaya terjalinnya
- e. Hubungan erat dengan Bank Central Asia (BCA)
- f. Pentingnya memiliki etiket dalam berkomunikasi dalam perusahaan
- g. Standar-standar yang diberlakukan dalam Bank BCA

Teori Pertukaran Sosial berasumsi bahwa transaksi pertukaran hanya akan terjadi apabila kedua pihak memperoleh keuntungan dari pertukaran tersebut. Perilaku dan lingkungan terdapat hubungan yang saling mempengaruhi di dalam Teori pertukaran sosial. Lingkungan terdiri atas orang-orang yang memiliki perilaku yang saling mempengaruhi. Teori ini melihat seseorang yang berinteraksi mengharapkan orang lain dapat memenuhi kebutuhannya. Terdapat unsur-unsur didalam hubungan itu yaitu unsur imbalan (*reward*), pengorbanan (*cost*) dan keuntungan (*profit*). *Cost* merupakan suatu perilaku yang menganggap seseorang sebagai biaya dan *reward* yaitu imbalan yang didapat dari *cost*. Melalui *reward* seseorang tersebut dapat mendapatkan keuntungan dari *cost* yang dikeluarkan. Keuntungan dapat disebut sebagai *profit*. Tidak semua *reward* mampu memberikan keuntungan untuk seseorang yang telah mengeluarkan *reward*. Karena di dalam pertukaran sosial, seseorang hanya mengharapkan *reward* atas *cost*.

Pertukaran sosial berperan penting dalam perusahaan jika suatu hubungan tersebut ada unsur imbalan (*reward*), pengorbanan (*cost*), dan keuntungan (*profit*). Berdasarkan hasil wawancara dan observasi mendalam di BCA Cabang Hayam Wuruk ditemukan bahwa adanya pertukaran sosial didalam perusahaan tersebut. Kesimpulan yang didapatkan adalah karyawan yang sudah memberikan pelayanan terbaik itu merupakan *cost* (pengorbanan), sedangkan nasabah memberikan *reward* (unsur imbalan) karena nasabah tersebut merasa sangat puas dalam pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Selain komunikasi menjadi hal yang paling penting, ada lagi hal yang penting dalam berkomunikasi dalam perusahaan untuk menunjang pekerjaan ketika berkomunikasi kepada publik, yaitu etiket komunikasi. Etiket komunikasi merupakan hal yang terpenting dalam BCA karena etiket komunikasi yang membuat semua karyawannya mempunyai etiket komunikasi yang baik dan sopan.

4. Simpulan

Bank Central Asia (BCA) Cabang Hayam Wuruk sudah menerapkan etiket dalam berkomunikasi dan memberikan pelayanan kepada seluruh nasabah. Nasabah merasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi di BCA Cabang Hayam Wuruk. Etiket komunikasi menjadi hal yang sangat penting dalam perusahaan karena dalam menunjang pekerjaan sebagai seorang karyawan harus saling berkomunikasi satu sama lain. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan sudah membantu nasabah yang ingin melakukan transaksi seperti layaknya dalam pembukaan rekening, *m-banking*, ATM, dan lainnya. Etiket komunikasi diterapkan dengan baik dan benar seperti layaknya ketika nasabah ingin melakukan transaksi terlebih dahulu karyawan menanyakan nama nasabah, kemudian karyawan memperkenalkan diri, dan terakhir karyawan menanyakan apa masalah dari nasabah lalu ditindaklanjuti dan dibantu dan yang terakhir diselesaikan. Dalam perusahaan jasa seperti BCA itu komunikasi adalah yang utama. Kalau komunikasi itu tidak lancar antara atasan dan bawahan pasti tidak akan terjadi hasil kinerja yang baik karena tidak adanya *goal* nya apa yang didapat. Kalau

komunikasi antar karyawan dan nasabah kalau tidak terjalin hubungan yang baik maka keinginan nasabah tidak terpenuhi dan terjadilah miskomunikasi antar karyawan dan nasabah.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, dan rekan-rekan yang telah mendukung setiap proses penelitian yang telah dilalui sampai penelitian ini selesai dengan baik.

6. Daftar Pustaka

- Astuti, S. (2015). Analisis Bauran Promosi Dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru Di FKIP UHAMKA Jakarta. *Jurnal Utilitas*, 1, 1–14. Retrieved from <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/utilitas/article/download/4526/1488>
- Paramitha, V. (n.d.). BAB 3 METODE PENELITIAN. *Http://Repository.Unika.Ac.Id*, 1–8. Retrieved from [http://repository.unika.ac.id/20978/4/14.E1.0119 VANIA PARAMITHA %285.08%29..pdf](http://repository.unika.ac.id/20978/4/14.E1.0119%20VANIA%20PARAMITHA%20%285.08%29..pdf) BAB III.pdf
- Sabila, H. (2020). Bab II: Tinjauan Pustaka. *UMM Institutional Repository*, 1–14. Retrieved from [https://eprints.umm.ac.id/82328/3/BAB II.pdf](https://eprints.umm.ac.id/82328/3/BAB%20II.pdf)
- Sejarah BCA. (n.d.). Retrieved May 20, 2022, from Bank Central Asia website: <https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/korporasi/Sejarah-BCA>
- Winata, C. F. (2020). BAB III METODE PENELITIAN. *Http://Eprints.Kwikkiangie.Ac.Id*, 1–9. Retrieved from [http://eprints.kwikkiangie.ac.id/1040/4/60180525 - FELICIA - bab 3.pdf](http://eprints.kwikkiangie.ac.id/1040/4/60180525%20-%20FELICIA%20-%20bab%203.pdf)