N.821100.047.01

MODUL
MENANGANI KONFLIK

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN VOKASI
BALAI BESAR PENGEMBANGAN PENJAMINAN MUTU PENDIDIKAN VOKASI
BISNIS DAN PARIWISATA

2024

ADMINISTRASI PROFESIONAL
MENANGANI KONFLIK

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN VOKASI
BALAI BESAR PENGEMBANGAN PENJAMINAN MUTU PENDIDIKAN VOKASI BISNIS DAN PARIWISATA
2024

MENANGANI KONFLIK

@2024 Balai Besar Pengembangan Penjaminan Mutu Pendidik Vokasi Bisnis dan Pariwisata, Direktorat Pendidikan Vokasi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi

Pengarah

Sabli, S.H., M.H

Penanggung Jawab

Dr. Nana Halim, S.E., M.M

Dr. Nining Dwirosanti, S.Psi., M.Psi

Zulfikar, ST, MKKK

Penyusun

Ida Nurlina, S.Pd., M.M

Editor

Tim Pokja Administrasi Profesional

Layout

Nova Cahaya Pratama

Diterbitkan oleh BBPPMPV Bisnis dan Pariwisata

Jln Raya Parung Km 22-23 Sawangan Depok 16516

https://bbppmpvbispar.kemdikbud.go.id/

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena karunia dan rahmat-Nya, maka Modul Menangani Konflik dapat diselesaikan. Modul Menangani Konflik merupakan salah satu komponen pendukung Pelatihan Upskilling dan Reskilling Berstandar Industri, yang menekankan pada pembelajaran berbasis kompetensi.

Pembelajaran berbasis kompetensi dalam implementasinya perlu dikondisikan, disiapkan dan diimplementasikan oleh setiap guru mata pelajaran di SMK selaras dengan perkembangan di industri, agar kualitas lulusan SMK benar-benar mampu menyiapkan dirinya untuk siap bekerja pada bidang yang relevan. Modul Menangani Konflik merupakan buku panduan dalam menyampaikan Materi Pelatihan yang berisi pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan untuk mencapai kompetensi di unit ini

Kami mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam penyusunan modul Menangani Konflik. Akhir kata, semoga modul ini berguna bagi Bapak/Ibu guru, khususnya bagi peningkatan kualitas pembelajaran di SMK. Modul ini sangat terbuka terhadap masukan dan saran dari pembaca khususnya Bapak/Ibu guru demi peningkatan kualitas modul ini.

Depok, Januari 2024

Kepala,

Sabli, S.H., M.H.

NIP.196405021993031002

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR iii
A. PENDAHULUAN 1
B. PANDUAN PENGGUNAAN MODUL 1
C. SILABUS 3
D. PENGETAHUAN 11
1. Melakukan pendekatan terhadap penyebab konflik 11
2. Melakukan Kolaborasi 33
3. Evaluasi Teori / penilaian 59
E. KETERAMPILAN DAN SIKAP KERJA 62
1. Tugas Praktik 1 62
2. Tugas Praktik 2 65
3. Tugas Praktik 3 67
F. LAMPIRAN 70
1. Kamus Istilah 70
2. Referensi 71
3. Unit Kompetensi 73

A. PENDAHULUAN

Tuntutan pembelajaran berbasis kompetensi menjadi sangat penting dalam meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang kompeten, sesuai dengan tuntutan kebutuhan pasar kerja. Selaras dengan tuntutan tersebut, maka dibutuhkan mekanisme pelatihan yang lebih praktis, aplikatif, serta dapat menarik dilaksanakan sehingga memotivasi para peserta dalam melaksanakan pelatihan yang diberikan. Seiring dengan mudahnya teknologi digunakan, maka materi pelatihan dapat disajikan dengan berbagai media pembelajaran sehingga dapat diakses secara *offline* dan *online*.

Modul pelatihan merupakan buku panduan dalam menyampaikan Materi Pelatihan yang berisi pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukan untuk mencapai kompetensi di unit ini.

B. PANDUAN PENGGUNAAN MODUL

Beberapa ketentuan panduan penggunaan materi yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut:

1. Modul ini dapat dijadikan rujukan untuk pelaksanaan PBK dengan penggunaannya dapat dikembangkan dan dikontekstualisasikan sesuai dengan kebutuhan, materi ini terdiri dari:
    a. Pengetahuan
    b. Keterampilan dan Sikap Kerja
    c. Evaluasi
    d. Lampiran:
        1) Kamus istilah
        2) Daftar referensi
        3) Unit kompetensi
        4) Daftar penyusun

2. Slide *powerpoint* dan video merupakan kelengkapan yang dapat dijadikan referensi bagi para widyaiswara.
3. Peran widyaiswara terkait dengan penggunaan modul, antara lain:
   a. Widyaiswara dapat menggunakan modul ini yang dilengkapi dengan referensi sumber lainnya seperti buku, video, file presentasi dan lain-lain sehingga diharapkan modul ini dapat diimplementasikan sesuaikan dengan kebutuhan masing-masing Lembaga pelatihan.
   b. Proses pembelajaran dapat disampaikan dengan menggunakan berbagai sumber yang menguatkan peserta pelatihan, baik melalui tahapan persiapan, pelaksanaan di kelas, praktek, melakukan investigasi, menganalisa, mendiskusikan, tugas kelompok, presentasi, serta menonton video.
   c. Keseluruhan materi yang tersedia sebagai referensi dalam buku ini dapat menjadi bahan dan gagasan untuk dikembangkan oleh widyaiswara dalam memperkaya materi pelatihan yang akan dilaksanakan.
4. Evaluasi pencapaian kompetensi peserta dapat dilaksanakan sesuai dengan proses penilaian berupa soal tertulis, wawancara, instruksi demonstrasi dan/atau standard produk yang dipersiapkan oleh widyaiswara
5. Referensi merupakan referensi yang menjadi acuan dalam penyusunan buku panduan pelatihan ini.
6. Lampiran merupakan bagian yang berisikan lembar kerja serta bahan yang dapat digunakan sebagai berkas kelengkapan pelatihan.

C. SILABUS

Unit Kompetensi : Menangani Konflik.

KodeUnit : N.821100.047.01

Perkiraan Waktu :

Bentuk : Luring/Daring

Capaian Unit Kompetensi :

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA	INDIKATOR UNJUK KERJA	PENGETAHUAN	KETERAMPILAN DAN SIKAP	DURASI
1. Melakukan pendekatan terhadap penyeban konflik	1.1 Penyebab konflik diindentifikasi.		- Perbedaan kepribadian - Perbedaan nilai dan prinsip - Komunikasi yang buruk		
		Mengindentifikasi penyebab konflik.		- Masalah pribadi - Situasi panik - Pengalaman buruk sebelumnya - Titik tekanan	

				- Tujuan berbeda	
	1.2. Persuasi dilakukan dengan menunjukkan bukti faktual.		Kemampuan melakukan diskusi memperluas wawasan untuk mendapatkan alternative solusi yang		

			menumbuhkan rasa saling percaya serta hubungan yang sehat bagi kedua pihak.		
		Melakukan persuasi dengan menunjukkan bukti faktual.		Kemampuan dalam bernegosiasi	
	1.3. Mendengarkan semua pendapat untuk dapat ditentukan inti permasalahan.		- Mendengarkan dengan sepenuh hati - Empati		
		Menentukan inti permasalahan untuk dapat mendengarkan semua pendapat.		- Memberikan pernyataan yang membuatnya mengerti - Memberikan masukan jika diminta - Memberikan refleks yang positif.	

	1.4. Perbedaan persepsi dihindari.		- Mengimplementasikan gaya komunikasi - Mengembangkan sikap toleran - Menemukan akar masalah		
		Menghindari perbedaan persepsi.		- Jangan segan untuk bertukar pikiran - Memahami emosi	
2. Melakukan kolaborasi	2.1 Sikap empati dan positif dilakukan.		- Mampu mendengarkan yang baik - Mengerti dan memahami sudut pandang orang lain - Tidak memihak dan tidak menghakimi - Kemampuan mengendalikan emosi sendiri		
		Melakukan sikap empati dan positif.		- Mendengarkan dengan penuh perhatian	

				- Menyampaikan rasa simpati - Menunjukkan perhatian dan kepedulian secara konsisten.	
	2.2 Diskusi dilakukan untuk memperluas wawasan serta mendapatkan alternatif Solusi yang menumbuhkan rasa saling percaya serta hubungan yang sehat bagi kedua pihak.		- Saling menghargai pendapat dan perasaan sendiri dan orang lain - Rasa saling percaya dan mendukung - kejujuran dan akuntabilitas - Saling menjaga batasan secara sehat - Rasa aman dan kenyamanan		
		Melakukan diskusi untuk memperluas wawasan serta		- Menjalin dan mengelola hubungan dengan baik	

		mendapatkan alternatif Solusi yang menumbuhkan rasa saling percaya serta hubungan yang sehat bagi kedua pihak.		- Memahami Kerjasama - Memahami apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan - Menjaga setiap komitmen	
	2.3 Kesalah-pahaman dihindari (kegagalan komunikasi), perbedaan nilai, pandangan atau tujuan.		Konsep-konsep pelayanan prima dan prinsip-prinsip dasar pelayanan		
		Menghindari kesalah-pahaman (kegagalan komunikasi), perbedaan nilai, pandangan atau		Kemampuan dalam berkomunikasi dengan pelanggan	

		tujuan.			
	2.4 Cara pandang dan wawasan dari perspektif yang berbeda yang membawa consensus dan komitmen digabungkan untuk menghasilkan resolusi jangka Panjang.		Penyelesaian masalah konflik yang terjadi dan timbulnya kesadaran tokoh,		
		Menggabungkan cara pandang dan wawasan dari perspektif yang berbeda yang membawa consensus dan komitmen untuk menghasilkan resolusi jangka panjang.		- Memecahkan masalah (*problem solving)* - *Empati* - Negosiasi - Manajemen strees	

	2.5 Kata-kata digunakan sesuai dengan SOP organisasi.		- Menerima pengaduan konflik - Memetakan konflik - Memeriksa pengaduan konflik - Memproses penyelesaian konflik		
		Menggunakan kata-kata sesuai dengan SOP organisasi.		- Membuat formulir pengaduan - Membuat laporan indentifikasi konflik - Membuat berita acara pemeriksaan - Membuat Keputusan penunjukkan mediator konflik - Membuat formulir	

				laporan penyelesaian konflik	
	2.6 Argumentasi dihindari.		Kualitas pelayanan prima		
		Menghindari argumentasi.		Kemampuan dalam bernegoisasi	
Asesmen					

D. PENGETAHUAN

1. **Melakukan pendekatan terhadap penyebab konflik.**

a. Mengindentifikasi penyebab konflik

*** Tahapan identifikasi penyebab konflik**

1). Perbedaan kepribadian.

Konflik di tempat kerja yang pertama yakni adanya perbedaan kepribadian antara karyawan satu dengan karyawan lainnya. Terlebih di Indonesia yang mempunyai beragam suku bangsa, perbedaan karakter, latar belakang dan tempat seseorang di besarkan bisa menjadi pemicu adanya konflik.

2). Komunikasi yang buruk.

Konflik di tempat kerja yang selanjutnya yakni adanya komunikasi yang terjadi dengan tiap karyawan yang buruk. Seperti diketahui bahwa hubungan antara diri sendiri dan orang lain tidak bisa di pisahkan dengan yang namanya komunikasi. Apabila komunikasi yang terjadi tidak maksimal atau bahkan cenderung buruk, maka bisa menjadi penyebab terjadinya kesalahpahaman yang berujung pada konflik di tempat kerja.

3). Kompetisi.

Kompetisi dalam tempat kerja sebenarnya di perlukan untuk menciptakan tempat kerja yang kondusif dan

membuat karyawan mempunyai semangat tinggi serta tingkat produktivitas kerja yang baik. Namun, jika hal ini di lakukan secara tidak sehat, maka kompetisi tersebut bisa memicu konflik di tempat kerja oleh karyawannya.

4). Perbedaan Nilai dan Prinsip.

Salah satu Negara seperti Jerman berhasil meminimalisir adanya konflik di tempat kerja yang dikarenakan perbedaan nilai dan prinsip. Kuncinya, setiap karyawan tidak mengusik nilai dan prinsip yang di pegang orang lain, apalagi berusaha untuk memaksakan prinsip yang di pengangnnya pada rekan kerjanya.

5). Kurangnya rasa persaudaraan.

Meskipun bekerja di bawah satu atap yang sama, seorang karyawan bisa saja tidak mempunyai teman-teman yang benar-benar tulus. Hal ini di sebabkan kurangnya rasa persaudaraan yang bisa memicu konflik di tempat kerja¸ misalnya adanya permusuhan antar karyawan.

6). Sistem Organisasi yang tidak efektif.

Pada setiap perusahaan pastinya memilki system organisasi yang mengatur alur instruksi pekerjaan. Apabila system organisasi tersebut tidak berjalan secara efektif, dapat di pastikan bahwa hal tersebut bisa menjadi salah satu konflik di tempat kerja.

7) Masalah Pribadi.

Setiap orang satu dengan lainnya tentu mempunyai masalah yang berbeda-beda dalam hidupnya. Tanpa adanya masalah, seseorang tidak akan bisa benar-benar hidup karena hal tersebut menjadi salah satu bagian dari proses pendewasaan.

8). Titik Tekanan.

Pada setiap perusahaan atau tempat kerja, tidak jarang karyawan akan mendapatkan kritik yang bisa memicu adanya konflik di tempat kerja. Mengapa hal ini bisa menjadi penyebab konflik?

9). Situasi Panik.

Saat situasi panik terjadi, biasanya seseorang akan melakukan tindakan tanpa pikir panjang. Tak jarang, keputusan saat di ambil tanpa adanya pikir panjang tersebut cenderung mementingkan diri sendiri. Dan setelah kondisi panic sudah selesai, orang tersebut baru menyadari bahwa keputusan yang telah di buatnya adalah keputusan yang belum tentu kebenarannya dan penuh dengan asumsi.

10). Pengalaman buruk sebelumnya.

Pernah berganti-ganti tempat bekerja memang sudah menjadi hal umum yang terjadi di dunia kerja. Pengalaman buruk di tempat kerja yang sebelumnya juga bisa memicu adanya konflik di tempat kerja yang baru.

11). Kewalahan menangani pekerjaan.

Ada suatu titik dimana anda merasa beban pekerjaan anda terasa meningkat secara drastic dari job desk sebelumnya. Adanya hal ini, di kemudian hari anda merasa kewalahan untuk membagi-bagi waktu dalam menyelesaikan semua pekerjaan anda tersebut.

12). Pekerjaan di luar ekspektasi.

Hal ini kerap terjadi pada mereka yang baru melamar kerja dan belum mempunyai banyak pengalaman di dunia kerja. Masalah di tempat kerja memang bisa menimpa siapa saja, salah satu penyebabnya yakni pekerjaan tidak sesuai ekspektasi saat anda melamarnya. Sebagai contoh, pada proses rekruitmen anda di tempatkan di bagian penjualan, namun di tahap akhir justru anda di tempatkan di bagian spreadsheets setiap harinya.

13). Atasan tidak melihat hal yang telah anda kerjakan.

Anda sudah bekerja keras untuk bisa menyelesaikan suatu pekerjaan hanya demi bisa memenangkan hati para klien. Namun sepertinya, atasan anda tidak melihat bahwa peningkatan yang di dapat tersebut adalah berkat usaha yang telah anda lakukan.

14). Tujuan yang berbeda.

Salah satu penyebabnya adalah tujuan yang tidak sesuai antara individu atau kelompok individu di tempat kerja. Misalnya, bayangkan teller bank

diberitahu oleh *teller* kepala bahwa layanan cepat adalah mutlak harus dari titik ini, sementara direktur hubungan masyarakat menginstruksikan semua karyawan untuk memfokuskan usaha mereka pada kontak pelanggan yang berkualitas. Kita bisa membayangkan seberapa cepat masalah bisa timbul antara *teller* dan *teller* kepala jika kecepatan dikorbankan untuk waktu yang berkualitas dengan pelanggan.

15). Tingkat ketergantungan.

Sejauh mana kita bergantung pada orang lain untuk menyelesaikan pekerjaan kita dapat menyebabkan terjadinya konflik. Tentu saja, konflik akan jarang terjadi jika tugas Anda adalah menyalin laporan dan mengajukannya, dan Anda memiliki mesin fotokopi sendiri. Namun, jika Anda menunggu atau mengandalkan orang lain untuk membuat salinan, sedangkan bagian pencatatan menekan Anda untuk segera membuat laporan, maka kita dapat melihat bahwa kemungkinan untuk timbulnya konflik mulai berkembang pada kondisi ini.

16). Sumber daya yang tersedia.

Sumber daya langka yang dimaksud disini dapat berupa ruang kantor, persediaan, waktu yang dimiliki pimpinan, atau anggaran yang tersedia, kita semua memerlukan bagian kita untuk memenuhi permintaan kerja. Tanyakan pada diri Anda apa yang terjadi terakhir kali Anda tidak dapat mengakses sesuatu

yang Anda butuhkan di tempat kerja. Mungkin Anda mengalami beberapa "gejala" yang dialami David dan Susan.

17). Tingkat kekuatan.

Distribusi daya di tempat kerja bisa menjadi sumber kelima konflik. Kami memiliki semua orang terkenal yang tampaknya memiliki kekuatan mereka dengan cara yang tidak tepat. Namun, individu kadang-kadang "menginjak jari kaki orang lain" secara tidak sengaja saat mereka mencoba menyelesaikan tugas mereka sendiri. Selain itu, beberapa individu atau bahkan seluruh departemen dapat dipandang sebagai penyedia layanan yang lebih berharga bagi organisasi daripada orang lain. Dalam kasus seperti itu, kemarahan sering muncul, meletakkan landasan bagi konflik.

18). Prediktabilitas kebijakan.

Sumber konflik terakhir yang akan dibahas di sini adalah yang paling mudah dikenali orang: kebijakan yang tidak dapat diprediksi. Beberapa organisasi tampaknya terkenal karena terus mengubah kebijakan mereka. Yang lainnya tidak memiliki kebijakan sama sekali, atau begitulah tampaknya. Anda mungkin mengalami hal ini dalam bentuk rapat kantor biasa menjadi tidak teratur, atau diberitahu bahwa Anda melanggar sebuah kebijakan yang menurut Anda sudah Anda alami seminggu yang lalu seperti cara berpakaian Anda. Bagaimanapun, tidak adanya kebijakan atau

kebijakan yang jelas yang terus berubah, menciptakan lingkungan ketidakpastian dan interpretasi subjektif yang dapat membuat seseorang merasa rentan dan tidak berdaya.

b. Melakukan persuasi dengan menunjukkan bukti faktual.

1). Strategi persuasi diserta contoh persuasif

Pengertian persuasi adalah sebuah bentuk komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi dan meyakinkan orang lain. Dalam persuasi, seorang persuader dianggap berhasil jika ia mampu memengaruhi kepercayaan dan harapan orang lain setelah ia melakukan ajakan dengan cara memaparkan berbagai alasan dan prospek-prospek baik dari sebuah barang atau sebuah kondisi.

Beberapa orang masih sulit membedakan antara persuasi dan propaganda. Padahal, persuasi beda dengan propaganda. Persuasi adalah sebuah tindakan membujuk secara halus. Artinya, tidak ada unsur paksaan dalam persuasi. Pengertian ini tentunya beda dengan propaganda yang dapat dipahami sebagai tindakan untuk memengaruhi pikiran dan pendapat orang lain dengan memberikan informasi yang subjektif, manipulatif, dan cenderung menyesatkan.

Persuasi melarang keras persuader untuk melakukan kebohongan. Ketika melakukan persuasi terhadap orang lain, seorang persuader harus menyampaikan fakta secara terbuka, tanpa ada satu pun hal yang ditutup-

tutupi. *Point* utama dari persuasi adalah menonjolkan kelebihan tanpa harus menutupi kekurangan. Sehingga orang yang sedang dipersuasi akan mengetahui kelebihan dan kekurangan suatu hal sekaligus, namun tetap melihat kelebihan hal tersebut sebagai sesuatu yang lebih menonjol.

2). Komunikasi Persuasif

Pengertian konsep komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Proses ini dapat menghasilkan *feedback* dari komunikan sehingga komunikasi dapat berlangsung secara dua arah antara komunikator dan komunikan. Jika pengertian tentang komunikasi ini diturunkan pada komunikasi persuasif, maka komunikasi persuasif dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk meyakinkan komunikan supaya berbuat atau bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan cara membujuk tanpa paksaan dan tanpa kekerasan.

3). Faktor-Faktor Komunikasi Persuasif

a). Sumber (Komunikator)

Dalam komunikasi persuasif, komunikator memiliki peranan yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan dalam memengaruhi komunikan. Komunikator harus memiliki ketrampilan untuk memilih sasaran dan menentukan tanggapan yang hendak dicapai. Sebelum melakukan persuasi, komunikator harus memperhitungkan apakah komunikan mampu menangkap pesan yang disampaikannya. Komunikator juga harus bisa

menentukan media yang akan digunakan untuk melakukan persuasi sehingga lebih efisien dalam mencapai sasaran.

Selain kemampuan dalam menyampaikan pesan, terdapat aspek-aspek lain dalam karakteristik personal komunikator yang dapat memengaruhi respon komunikan, yaitu:

- **Kredibilitas komunikator**

  Untuk bisa memengaruhi komunikan, maka kredibilitas komunikator harus benar-benar diperhatikan. Kredibilitas mengacu pada tiga komponen yakni keahlian, kepercayaan, dan eksistensi. Keahlian merupakan komponen utama yang mampu memengaruhi kesan komunikan terhadap komunikator. Komunikator akan memberikan kesan bagi komunikan jika ia adalah seorang yang ahli dalam topik yang sedang dibicarakan. Jika komunikator bukan orang yang ahli, maka sulit bagi komunikan untuk dapat terpengaruh pada persuasi yang disampaikan komunikan. Selain keahlian, kepercayaan merupakan komponen yang perlu ada dalam membangun kredibilitas komunikator. Kepercayaan berhubungan dengan kesan komunikan terhadap watak komunikator. Karenanya, penting bagi komunikator untuk dapat menunjukkan watak dan sikap yang baik sehingga dapat dipercaya saat melakukan persuasi. Komponen terakhir yang tidak kalah penting adalah eksistensi komunikator. Tidak dapat dipungkiri, seorang komunikator yang telah memiliki “nama” akan lebih mudah mendapatkan perhatian dari komunikan

dibandingkan komunikator yang tidak pernah diketahui oleh publik saat melakukan persuasi. Karena hal itu, faktor eksistensi komunikator perlu juga menjadi pertimbangan untuk memperoleh keberhasilan dalam komunikasi persuasif.

- **Daya tarik komunikator**

  Seorang komunikator dituntut untuk memiliki daya tarik, baik secara fisik maupun psikologis. Seorang komunikator yang melakukan persuasi akan dapat lebih diterima secara baik jika ia memiliki daya tarik fisik. Penerimaan komunikan terhadap persuasi komunikator karena daya tarik fisik bukanlah sesuatu yang salah. Daya tarik fisik dapat mengantarkan seorang komunikator untuk mendapatkan perhatian dan lebih dihargai ketika ia mencoba masuk ke lingkungan sosial komunikan untuk melakukan persuasi. Selain daya tarik fisik, seorang komunikator juga harus memiliki daya tarik psikologis. Daya tarik psikologis biasanya lebih merujuk pada adanya kesamaan dan kedekatan antara komunikator dan komunikan pada saat proses persuasi. Pada umumnya, orang akan lebih tertarik pada orang lain yang memiliki pandangan yang sama dengan dirinya. Karenanya, komunikator harus jeli dalam melihat kesukaan dan juga cara berpikir komunikan sehingga dapat melakukan persuasi dengan cara mendekatkan hubungan.

- **Kekuasaan komunikator**

  Selain kredibilitas dan daya tarik, aspek lain dalam komunikator yang bisa memengaruhi sikap komunikan

saat melakukan persuasi adalah tingkat kekuasaan komunikator. Kekuasaan yang dimiliki oleh komunikator dapat menimbulkan sikap tunduk komunikan. Meskipun begitu, kekuasaan komunikator tidak boleh dimanfaatkan untuk "menekan" komunikan saat melakukan persuasi. Komunikan tetap harus diberi kebebasan dalam melihat fakta baik dan buruk dari pesan yang disampaikan saat proses persuasi. Jangan sampai kekuasaan komunikan justru menjadikan tindakan persuasi yang dilakukan berubah menjadi propaganda.

b). Pesan

Komponen komunikasi persuasif yang kedua adalah pesan. Secara sederhana pesan dalam komunikasi persuasif dapat diartikan sebagai materi yang diberikan oleh komunikator sebagai ajakan supaya komunikan memercayainya. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dalam proses persuasi dapat berupa kata-kata, gerak tubuk, hingga nada suara. Komunikasi persuasif memiliki dua aspek dasar dalam penyampaian pesan, yakni:

- **Aspek Verbal**

  Aspek ini melibatkan kata-kata baik yang diucapkan secara langsung maupun yang disampaikan melalui tulisan.

- **Aspek Non Verbal**

  Aspek ini melibatkan penampilan, ekspresi, *gesture* dan emosi komunikator ketika berkomunikasi.

c). Komunikan

Komunikan adalah sasaran yang akan menerima pesan-pesan persuasi dari komunikator. Beberapa hal yang akan memengaruhi apakah komunikan dapat merespon persuasi secara positif adalah keyakinan, sikap, dan nilai-nilai yang dimiliki oleh komunikan. Dengan memahami lebih dalam mengenai ketiga faktor tersebut, seorang komunikator akan dapat dengan mudah melakukan persuasi kepada seorang atau sekelompok komunikan.

4). Tujuan Komunikasi Persuasif

a) Membentuk tanggapan

Tujuan komunikasi persuasif yang pertama adalah untuk membentuk tanggapan. Tujuan persuasi ini biasanya dilakukan komunikator terhadap komunikan yang masih "polos". Komunikan belum mendapatkan *input* informasi dari pihak manapun berkaitan dengan topik yang hendak dikomunikasikan. Karenanya, tujuan komunikasi persuasif ini adalah untuk menanamkan dan membentuk tanggapan komunikan terhadap topik yang dikomunikasikan oleh komunikator saat proses persuasi.

b) Memperkuat tanggapan

Tujuan komunikasi persuasif yang kedua adalah untuk memperkuat tanggapan. Tujuan komunikasi persuasif ini biasanya dilakukan oleh komunikator terhadap komunikan yang sejak awal sudah setuju dengannya. Dengan komunikasi persuasif, komunikator berharap komunikan

akan semakin yakin terhadap topik yang dikomunikasikannya.

c) Mengubah tanggapan

Tujuan komunikasi persuasif yang ketiga adalah untuk mengubah tanggapan. Tujuan komunikasi persuasif ini dilakukan komunikator kepada komunikan yang awalnya menolak atau tidak sepikiran dengannya. Dengan komunikasi persuasif, diharapkan pemikiran komunikan akan berbalik dari tidak setuju menjadi setuju.

5). Strategi persuasi yang efektif

a). Kesan Pertama

You'll never have a second chance to create a good first impression. Kesan pertama hanya bisa dihadirkan satu kali, karenanya seseorang harus bisa menciptakan kesan pertama yang baik bagi orang yang ditemuinya. Kesan pertama merupakan faktor yang sangat penting dalam komunikasi persuasif. Kesan yang dimunculkan komunikator dalam perjumpaan pertamanya dengan komunikan akan sangat memengaruhi bagaimana komunikan dapat menerima pesan persuasi yang disampaikan oleh komunikator.

Umumnya, kesan pertama didapatkan komunikan dari berbagai panca indera yang ada pada dirinya. Misalnya, melalui indera penglihatan, komunikan akan dapat menangkap kesan pertama komunikator dari penampilan wajah, pakaian, hingga tatanan rambutnya. Contohnya, seorang dokter yang berbicara dalam seminar kesehatan

akan lebih dipercaya oleh para *audiences* jika ia memiliki penampilan yang rapi dibandingkan penampilan yang berantakan. Hal ini disebabkan karena penampilan yang rapi cenderung memberikan kesan sehat dibandingkan penampilan yang berantakan.

Indera lain yang seringkali memengaruhi kesan pertama komunikan terhadap komunikator adalah indera penciuman. Contohnya, seorang sales parfum akan lebih dipercaya oleh kliennya jika ia memiliki aroma tubuh yang wangi. Jika seorang sales parfum memiliki bau badan yang tidak sedap, calon kliennya pasti akan meragukan kualitas produk yang ia jual, meskipun belum tentu sang sales menderita bau badan akibat dari produk yang dijualnya tersebut.

Selain hal-hal bersifat fisik, kesan pertama biasanya dipengaruhi juga oleh *gesture* yang ditunjukkan oleh komunikator. Komunikator yang tampil rileks, percaya diri, dan murah senyum pastinya akan lebih dihargai dibandingkan komunikator yang menampilkan kesan sebaliknya.

b). Menarik Empati

Seorang komunikator yang baik adalah komunikator yang mau mendengarkan. Dengan mendengarkan, seorang komunikator akan tahu bagaimana karakteristik, keluhan, dan kebutuhan komunikan. Komunikator yang memahami komunikan akan lebih mampu memengaruhi emosi dan alam bawah sadar komunikannya. Sebagai akibatnya, komunikan akan melihat komunikator sebagai seorang

yang benar-benar peduli pada permasalahan dan kebutuhan-kebutuhannya serta dapat diandalkan untuk memberikan solusi dari problema yang dihadapi oleh komunikan tersebut.

c). Membangun Kredibilitas

Kredibilitas mengacu pada tiga komponen yakni keahlian, kepercayaan, dan eksistensi. Untuk bisa membangun kredibilitas, seorang komunikator harus bisa mengembangkan tiga komponen tersebut. Untuk membangun kredibilitas, langkah pertama seorang komunikator adalah mengembangkan keahlian. Jika komunikator menjadi seorang yang lebih ahli dalam suatu bidang, maka komunikan akan bisa lebih terpengaruh ketika sang komunikator melakukan persuasi terkait bidang keahliannya tersebut.

Seorang komunikator juga harus bisa mengembangkan rasa kepercayaan komunikan, caranya adalah dengan memperbaiki watak dan sikapnya terlebih dahulu. Komunikator yang memiliki watak baik akan dipandang dan dinilai lebih positif oleh komunikan. Langkah terakhir dalam membangun kredibilitas adalah dengan menambah eksistensi diri. Seorang komunikator harus mempertimbangkan untuk menjadi sosok yang lebih sering muncul dalam dunia sang komunikan. Kemunculannya ini dapat dilakukan secara langsung maupun melalui *channel* tertentu seperti media sosial.

d). Memotivasi

Strategi terakhir yang bisa dilakukan seorang komunikator untuk mempersuasi komunikan adalah dengan menerapkan teknik motivasi. Umumnya, teknik motivasi yang mendasar adalah dengan menggunakan kompensasi dan insentif. Melalui teknik ini, komunikator dapat menciptakan "perasaan berhutang" pada diri komunikannya. Komunikan yang telah mendapatkan banyak hal dari komunikator, secara otomatis akan merasa berkewajiban untuk membalasnya.

Insentif yang diberikan oleh seorang komunikator kepada komunikannya dapat berbentuk apa saja. Mulai dari hadiah, mentraktir makanan, atau bahkan waktu yang diberikan komunikator untuk sekadar mendengarkan keluhan-keluhan komunikan. Melalui strategi ini, komunikan biasanya akan mau menuruti harapan komunikator tanpa perlu lagi dipaksa.

6). Definisi Manajemen Konflik

Manajemen konflik adalah salah satu serangkaian reaksi kemudian aksi dari berbagai pelaku baik itu dari pihak luar ataupun dalam sebuah konflik. Jadi manajemen konflik sendiri bisa jadi sebuah pendekatan dengan tujuan orientasi sebuah proses untuk memperlihatkan komunikasi baik dari perilaku sampai komunikasi. Nantinya beberapa pihak seperti dari luar akan memberikan informasi akurat hingga terciptanya sebuah komunikasi lebih efektif.

a). Cara Mengatasi Konflik Memanfaatkan Manajemen Konflik

- **Metode Rujuk**

  Pertama ada metode rujuk dimana dilakukan oleh pihak bersengketa kemudian bisa jadi sebuah pendekatan dan hasrat untuk kembali bekerja sama hingga menjalankan sebuah hubungan baik demi kepentingan bersama. Dari metode rujuk ini biasanya diperlukan mediasi hingga **manajemen konflik** bisa diterapkan dan mengurangi unsur ketegangan di beberapa pihak.

- **Persuasi**

  Metode persuasi juga bisa dilakukan untuk memberi perubahan posisi dari pihak lainnya. Tujuan dari persuasi ini sangat baik yakni mengurangi kerugian yang bisa muncul dengan adanya berbagai bukti faktual hingga bisa memperlihatkan bahwa dari pendapat beberap orang akan memberikan keuntungan serta konsistensi dalam penerapan norma hingga standar keadilan yang sekarang masih berlaku.

- **Metode Pemecahan Masalah Terpadu**

  Terdapat usaha untuk menyelesaikan masalah dengan menggabungkan berbagai kebutuhan kedua belah pihak. Bahkan beberapa proses masih bisa terjadi seperti bertukar informasi, fakta, perasaan, kemudian masih memperlihatkan berbagai macam solusi untuk menimbulkan rasa saling percaya

kemudian dapat menghadirkan berbagai alternatif pemecahan masalah dengan keuntungan berimbang di kedua belah pihak.

- **Tawar Menawar**

  Metode tawar menawar juga masih saja jadi solusi terbaik untuk meredakan konflik internal ataupun eksternal di sebuah perusahaan. Metode tawar menawar ini akan menghadirkan penyelesaian yang nanti bisa diterima oleh kedua pihak. Bahkan dari kedua pihak tersebut akan mempertukarkan konsesi yang mana tanpa mengemukakan sebuah janji secara eksplisit.

- **Penarikan Diri**

  Salah satu **manajemen konflik** yang sekarang kerap dilakukan adalah salah satu atau kedua pihak saling menarik diri dari hubungan. Untuk cara satu ini memang terlihat efektif jika keduanya tidak terlalu aktif berinteraksi kemudian sanggup mengerti seperti apa tugas satu sama lainnya yang masih bergantung.

- **Pemaksaan dan Penekanan**

  Masih ada solusi untuk mengatasi berbagai macam konflik salah satunya penekanan dan pemaksaan. Sampai sekarang cara satu ini bisa digunakan dengan menekan pihak lain agar cepat menyerah. Akan tetapi cara satu ini bisa menggunakan bentuk ancaman ataupun bentuk intimidasi sehingga kurang efektif

karena dari salah satu pihak harus bisa menyerah atau mengalah secara terpaksa.

- **Konsultasi**

  Solusi lain agar sebuah konflik di dalam perusahaan bisa teratasi adalah konsultasi dimana tujuannya sendiri digunakan untuk memperbaiki hubungan antar kedua belah pihak. Tidak hanya itu karena bisa juga ditujukan untuk mengembangkan kemampuan hingga dapat menyelesaikan konflik. Dari konsultasi ini dibutuhkan seorang konsultan hingga dapat memberi solusi berupa teknik untuk meningkatkan aspek persepsi dan kesadaran seputar tingkat laku.

- **Mediasi**

  Mediasi ini membutuhkan peran mediator yang secara langsung diundang untuk membantu memberi solusi hingga mengumpulkan fakta ditambah lagi bisa memperjelas masalah yang sedang terjadi hingga akhirnya diberikan solusi terbaik. Namun mediasi ini sepenuhnya bisa berjalan lancar tergantung dari kepiawaian seorang madiator itu sendiri.

- **Arbitrase**

  Biasanya pihak ketiga juga memiliki andil untuk campur tangan dalam sebuah sengketa. Kini pihak bersengketa tidak bersedia berunding terutama dari usaha kedua pihak dalam menyelesaikan masalah. Maka dari itu dibutuhkan pihak ketiga yakni dalam metode arbitrase. Nantinya pihak ketiga akan

mendengarkan keluhan dari kedua pihak hingga nantinya berfungsi sebagi hakim. Pencarian masalah menjadi titik fokus hingga cara ini tidak memberikan keuntungan kepada dua pihak bersengketa, akan tetapi mampu memberikan solusi terbaik bagi banyak pihak.

c. Mendengarkan semua pendapat untuk dapat ditentukan inti permasalahan.

- **Pengumpulan pendapat dalam menentukan inti masalah**

Menentukan jadwal untuk menjaring dan mengumpulkan pendapat dari sumber maupun lingkungan timbulnya konflik. Hal ini dilakukan agar waktu yang digunakan tidak sampai mengganggu proses pekerjaan yang sedang berlangsung.

Seluruh pendapat dikumpulakan untuk diklasifikasikan berdasarkan tingkat kepentingannya.

Jika permasalahan sederhana kemungkinan dapat langsung diklarifikasi saat itu juga. Namun jika permasalahan perlu perhatian khusus, maka perlu dikumpulkkan untuk dapat diidentitikasi masalah utamanya.

d. Menghindari perbedaan pendapat

- **Penjelasan perbedaan persepsi**

Perbedaan persepsi dapat dikatergorikan dalam dua faktor, yaitu internal dan eksternal dengan penjelasan sebagai berikut;

1) **Faktor Internal**

Faktor internal yang mempengaruhi persepsi, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal antara lain:

- **Fisiologis**

  Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kapasitas indera untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.

- **Perhatian**

  Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap masalah juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu masalah.

- **Minat**

  Persepsi terhadap suatu masalah bervariasi tergantung pada seberapa besar energi yang digerakkan untuk mempersepsi. Seberapa besar energi bergerak (*perceptual vigilance*) merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.

- **Kebutuhan senada**

  Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau permasalahan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.
- **Pengalaman dan ingatan**

  Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian masa lalu untuk mengetahui suatu respon secara luas.
- **Suasana hati**

  Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, kondisi mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada saat yang dapat mempengaruhi cara seseorang dalam menerima, merespon, bereaksi dan mengingat.

2) **Faktor Eksternal**

Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan bagian atau personil yang terlibat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap keadaan sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseoarang merasakannya atau menerimanya. Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi antara lain;

- **Ukuran dan posisi permasalahan atau pemicu**

  Faktor ini menyatakan bahwa semakin eratnya hubungan suatu masalah, maka semakin mudah untuk diketahuai. Hal ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran

suatu masalah individu akan mudah untuk diperhatikan yang pada gilirannya membentuk persepsi.

- **Corak atau kondisi permasalahan**

  Permasalahan yang mempunyai corak lebih dominan atau mencolok, akan lebih mudah diperhatikan dibandingkan dengan yang tidak menarik perhatian ataupun tidak menimbulkan konfilik.

- **Keunikan dan kekontrasan stimulus**

  Pemicu dari luar yang memiliki penampilan latarbelakang dan lingkungannya berada di luar dugaan individu, sedangkan bagi individu yang lain akan banyak menarik perhatian.

- **Intensitas dan kekuatan dari pemicu**

  Pemicu dari luar akan memberi makna lebih bila lebih sering diperhatikan, jika dibandingkan dengan pemicu (stimulus) yang hanya dapat dilihat sekali. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu permasalahan sebagai obyek yang dapat mempengaruhi persepsi.

- **Gerakan (*motion*)**

  Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap masalah yang menunjukkan aktifitas gerak dalam jangkauan pandangan dibandingkan masalah yang tidak menyita perhatian lingkungan tempat kerja.

2. **Melakukan kolaborasi.**

a). Melakukan sikap empati dan positif.

Empati itu baik untuk bisnis, ini dia 4 alasannya

Kita semua tahu empati adalah hal yang benar untuk dilakukan, tetapi empati tidak hanya baik untuk dunia. Ini juga dapat membawa keunggulan kompetitif dalam bisnis.

Kemampuan untuk melihat dunia dari perspektif orang lain adalah salah satu alat paling penting dalam kotak alat bisnis. Manfaat bisnis dari empati dan bertindak dengan belas kasih:

1). Meningkatkan penjualan, loyalitas, dan referensi

Setiap tenaga penjualan terampil tahu bahwa kunci untuk menutup penjualan adalah mengantisipasi kebutuhan pelanggan Saudara dan menunjukkan bagaimana produk atau jasa Saudara akan paling sesuai dengan kebutuhan mereka.

Benar-benar memahami kebutuhan pelanggan Saudara berarti merefleksikan ketakutan, keinginan, rasa sakit, dan apa pun yang membuat mereka terjaga di malam hari. Jika tim penjualan Saudara tidak memahami kehidupan pelanggan Saudara dengan baik, bagaimana Saudara mengharapkan mereka menjelaskan bagaimana produk atau jasa Saudara sesuai dengan kehidupan mereka? Ini adalah kekuatan empati dalam bisnis.

2). Produktivitas dan inovasi yang dipercepat

Ketika pelanggan menganggap perusahaan Saudara sebagai empatik, Saudara akan melihat peningkatan penjualan. Karyawan dengan keterampilan empati yang kuat juga lebih produktif dan inovatif. Ini berarti jika

Saudara ingin meningkatkan efisiensi dan memperluas jumlah masalah yang dapat Saudara pecahkan untuk pelanggan, Saudara ingin mempekerjakan karyawan dengan "*soft skill*" yang kuat.

3). Keunggulan kompetitif dan nilai pasar yang lebih besar

Perusahaan-perusahaan berkinerja tinggi juga berada di daftar teratas Perusahaan Paling Empati. Ini mungkin tampak mengejutkan pada awalnya: Tidakkah Saudara harus kejam dan mau menang dengan biaya apa pun untuk menjadi kompetitif dalam ekonomi kapitalis global ini? Nah, jika Saudara sudah memperhatikan, jawabannya akan jelas. Faktanya, statistik menunjukkan bahwa empati lebih penting bagi kesuksesan bisnis daripada sebelumnya.

Menurut Indeks Empati 2016, laporan yang diterbitkan oleh perusahaan konsultan Inggris, *The Empathy Business* yang berusaha menganalisis budaya internal dari 170 perusahaan pada indeks keuangan utama, “10 perusahaan teratas (pada daftar 2015) ... meningkat nilainya dari dua kali lebih banyak dari 10 terbawah dan menghasilkan 50 persen lebih banyak penghasilan (ditentukan oleh kapitalisasi pasar)."

4). Keterlibatan dan kolaborasi yang diperluas

Jadi, jika manajer dan anggota tim terbaik mengekspresikan empati dan kesediaan untuk bertindak dengan belas kasih terhadap orang lain, maka masuk akal bahwa perusahaan dengan budaya yang mendorong empati akan menarik individu yang sangat terlibat. Dan

itulah yang ditunjukkan oleh data. Perusahaan empati juga memiliki retensi yang lebih baik dan semangat kerja yang lebih tinggi di antara karyawan.

Ini sangat masuk akal ketika Saudara mempertimbangkan nilai pekerja saat ini. Individu-individu yang berkinerja baik dan berkinerja tinggi memiliki banyak pilihan pekerjaan. Antara lain, ekonomi pertunjukan dan akses ke teknologi telah menciptakan peluang di luar kerja perusahaan tradisional. Jadi, sudah waktunya untuk berpikir di luar manfaat perusahaan tradisional.

a. **Melakukan diskusi untuk memperluas wawasan serta mendapatkan alternatif solusi yang menumbuhkan rasa saling percaya serta hubungan yang sehat bagi kedua pihak.**

5 Strategi dalam meningkatkan kepercayaan konsumen

Kunci utama dari keberhasilan sebuah bisnis adalah kepercayaan yang timbul dari konsumen terhadap produk ataupun jasa yang dijual. Konsumen harus memiliki kepercayaan bahwa produk atau jasa yang dipilihnya mampu memberikan manfaat yang terbaik baginya.

Di saat Saudara sebagai pemilik bisnis telah berhasil membangun kepercayaan dari konsumen, bisnis Saudara pasti akan mendapatkan lebih banyak pelanggan yang kembali, termasuk rekomendasi secara gratis dari konsumen kepada orang-orang terdekatnya.

Konsumen akan secara sukarela mempromosikan produk atau jasa yang Saudara jual terhadap orang-orang

disekitarnya karena mereka telah memiliki pengalaman yang baik dengan produk atau jasa dari Saudara.

Oleh karena itu, sangat penting untuk dapat memperoleh kepercayaan dari konsumen akan bisnis Saudara. Berikut adalah 5 strategi yang dapat Saudara gunakan dalam memunculkan kepercayaan konsumen akan bisnis Saudara:

1). Komunikasi

Komunikasi adalah hal terpenting dalam membangun hubungan dengan komunikasi adalah hal terpenting dalam membangun hubungan dengan pelanggan. Alih-alih hanya memberi tahu pelanggan tentang bisnis Saudara, mulailah melakukan percakapan dengan mereka. Cari tahu apa yang menjadi kebutuhan dari pelanggan, lalu tunjukkan pada mereka bahwa Saudara memiliki solusi untuk masalah mereka. Jika Saudara memiliki karyawan, ajari mereka cara berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan. Alih-alih menunggu layanan *customer service*, kembangkan keterampilan berkomunikasi dengan pelanggan. Pastikan Saudara memberikan tanggapan yang cepat terhadap segala kritik dan saran dari pelanggan Saudara, termasuk juga kepekaan yang wajib dimiliki demi memenuhi kebutuhan dari pelanggan.

2). Buatlah Produk Ataupun Jasa Saudara Melebihi Harapan dari Pelanggan

Pelanggan Saudara mengharapkan produk atau jasa yang dibelinya dari Saudara merupakan produk atau jasa terbaik baginya. Singkatnya, jika Saudara berhasil membuat pelanggan merasa senang dengan kualitas dari bisnis Saudara, maka pelanggan akan kembali dan menggunakan produk atau jasa Saudara secara terus menerus. Untuk membuat pelanggan yakin bahwa telah memilih produk atau jasa yang tepat, Anda dapat melakukan beberapa hal ini, seperti; mengantarkan produk atau jasa lebih cepat dari yang diantisipasi, memberikan *packaging* yang bagus. Bila Saudara memberikan lebih awal dari yang diharapkan, pelanggan akan senang dengan pelayanan yang Anda berikan.

3). Mintalah Kritik dan Saran

Apakah pelanggan memiliki opini baik atau buruk tentang bisnis Anda? Mendengarkan kritik dan saran dari pelanggan akan menunjukkan bahwa Saudara peduli akan kebutuhan mereka. Cobalah untuk melakukan survei singkat baik melalui *online* ataupun *offline,* mintalah kritik dan saran dari pelanggan akan produk atau jasa yang baru dibelinya dari Saudara. Kritik dan saran dari pelanggan akan membantu Saudara mengetahui lebih dalam akan kebutuhan yang ada, sehingga Saudara dapat memberikan solusi terbaik untuk

masalah mereka. Semakin baik penawaran Saudara, dan mampu memenuhi kebutuhan mereka, semakin besar peluang adanya peningkatan penjualan. Pastikan untuk selalu mendengarkan setiap komentar yang ada dan tanggapi dengan segera. Termasuk apabila komentar yang diberikan merupakan komentar yang negatif. Melalui komentar inilah Saudara dapat melakukan perbaikan terhadap kesalahan-kesalahan yang Saudara perbuat dalam bisnis.

4). Lakukan Komunikasi Dua Arah Dengan Pelanggan

Seiring dengan perkembangan teknologi, ada lebih banyak cara untuk dapat memulai percakapan dengan pelanggan Anda dibandingkan sebelumnya. Ada banyak medium online dan media sosial yang dapat Saudara gunakan untuk dapat menjangkau pelanggan. Tindakan komunikasi dua arah dengan pelanggan ini bertujuan untuk menumbuhkan hubungan diantara bisnis Saudara dengan pelanggan. Pelanggan cenderung akan bersifat transparan dan lebih terbuka akan kekurangan dari produk Saudara yang tidak ia suka. Dengan metode ini, Saudara akan selalu menjadi terdepan diantara competitor, karena dengan cepat Saudara dapat memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada tersebut.

5). Tunjukkan Apresiasi

Berikan apresiasi terhadap pelanggan lama dengan program loyalitas diskon. Saudara dapat membagikan kartu hadiah, atau menggunakan program loyalitas untuk memberikan penghargaan kepada pelanggan. Dengan program loyalitas ini, pelanggan mendapatkan poin untuk membeli barang atau jasa Anda. Setelah mendapatkan sejumlah poin, maka pelanggan berhak mendapatkan hadiah. Misalnya, Saudara bisa memberi hadiah kepada pelanggan dengan diskon untuk pembelian berikutnya. Juga berikan barang bermerek murah, seperti pulpen atau notes, atau bahkan barang mahal, seperti kaos, topi atau jaket dengan logo Saudara di atasnya. Ini adalah cara kecil namun efektif untuk mengucapkan terima kasih kepada pelanggan sekaligus menjaga bisnis Saudara tetap menjadi pilihan utama bagi pelangggan.

Dengan melakukan kelima hal diatas maka Saudara sudah berada satu langkah dari para kompetitor Saudara. Tanpa harus melakukan usaha yang berlebih, disaat Saudara telah berhasil membuat pelanggan percaya akan bisnis Anda, maka pelanggan akan selalu memilih Saudara. Selalu jadikan pelayanan pelanggan menjadi prioritas utama dari bisnis Anda. Salah satu hal penting dalam pelayanan termasuk akan ketersediannya barang yang ada, sehingga Saudara dapat

memberikan barang yang dipesan untuk sampai dengan cepat kepada pelanggan.

b. Menghindari kesalah-pahaman (kegagalan komunikasi), perbedaan nilai, pandangan atau tujuan.

1). Pentingnya komunikasi bisnis yang baik untuk keberhasilan usaha

Komunikasi adalah elemen yang penting untuk membentuk kehidupan bersosial yang lebih baik. Dalam sebuah bisnis, komunikasi menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan pencapaian usaha. Dengan komunikasi yang baik, pebisnis bisa menjual produk yang dimiliki dengan lebih baik dan juga bisa menghindari terjadinya kesalahpahaman antar kedua belah pihak. Dalam kegiatan bisnis, seperti pemasaran pastinya membutuhkan komunikasi yang baik terutama kepada konsumen agar produk yang dimiliki bisa diterima sepenuhnya.

Komunikasi dapat diartikan sebagai suatu komunikasi yang dilakukan secara verbal dan non verbal. Dalam komunikasi terdapat pendapat, ide, gagasan maupun informasi yang disampaikan untuk kepentingan bisnis, misalnya pembuatan strategi bisnis. Pada prakteknya, komunikasi dapat dilakukan secara personal maupun impersonal. Selain itu, dalam setiap iklan lowongan pekerjaan biasanya ditemui syarat agar karyawan bisa berkomunikasi dengan baik. Dalam bisnis, ada dua jenis komunikasi yang harus Anda ketahui, yaitu:

2). Jenis-Jenis Komunikasi

a). Komunikasi Horizontal

Yang dimaksud dengan komunikasi horizontal adalah cara berkomunikasi yang tujuannya untuk menjalin hubungan baik antara atasan yang setingkat dan diwujudkan biasanya dengan mengadakan pertemuan secara berkala.

b). Komunikasi Vertikal

Yang dimaksud komunikasi vertikal adalah proses penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan atau dari bawahan kepada atasan. Contohnya saja setiap pegawai harus memberikan laporan kepada atasan setiap harinya dengan tujuan agar bisa mengoordinasikan semua kegiatan agar berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuan perusahaan.

Dari kondisi seperti itulah komunikasi bisnis sangat penting diterapkan kepada semua pelaku bisnis, baik sebagai atasan maupun bawahan. Selain itu, ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap komunikasi bisnis.

3). Faktor yang Memengaruhi Komunikasi Bisnis

a). Persepsi

Setiap komunikator atau orang yang berbicara harus mampu melakukan prediksi bahwa apa yang disampaikan akan mudah diterima dengan jelas oleh komunikan atau orang yang mendengarkannya.

b). Kredibilitas

Dalam setiap komunikasi, komunikator harus bisa meyakinkan kepada komunikan sehingga terjalin kepercayaan antar keduanya.

c). Kecocokan

Dengan kecocokan, kedua belah pihak akan terjalin hubungan yang lebih baik dan menyenangkan, sehingga saat berkomunikasi menjadi merasa saling percaya dan nyaman.

d). Ketepatan

Sebelum berkomunikasi kepada komunikan, komunikator haruslah memiliki kerangka berfikir yang baik agar komunikasi nanti bisa terjalin dengan baik dan bisa disampaikan secara tepat.

e). Pengendalian

Pengendalian diri dalam komunikasi sangat penting, karena komunikasi adalah proses memberikan umpan balik atau tanggapan terhadap lawan bicara terhadap suatu ide. Selain itu, saat komunikasi berlangsung agar selalu dilakukan pengendalian tentang maksud dan tujuan utama komunikasi bisa tetap terjaga.

4). Tujuan Komunikasi Bisnis

a). Memberikan Informasi (*informing)*

Tujuan yang pertama adalah memberikan informasi. Informasi yang disampaikan adalah informasi yang ada kaitannya dengan bisnis dan disampaikan dengan cara yang benar dan tepat.

Contohnya, seorang direktur mencari kandidat untuk menjadi sekretaris baru dengan segala persyaratan yang harus dipenuhi dan dipasang di media cetak maupun *online*. Pemasangan iklan di media cetak dan *online* inilah yang dinamakan memberikan informasi dalam bisnis, yaitu informasi untuk mencari sekretaris baru.

b. Memberikan Persuasi *(persuading)*

Tujuan komunikasi yang kedua adalah memberikan persuasi. Persuasi adalah komunikasi yang digunakan dengan tujuan untuk meyakinkan dan memengaruhi orang lain. Dalam komunikasi bisnis, persuasi banyak dilakukan terutama pada hal yang ada hubungannya dengan negosiasi bisnis.

c. Melakukan Kerja Sama (*collaborating)*

Tujuan yang terakhir dalam komunikasi bisnis adalah melakukan kerja sama antar kedua belah pihak. Dengan melakukan kerja sama yang baik antar kedua belah pihak, maka untuk bisa mencapai keberhasilan dalam bisnis menjadi lebih mudah.

c. Mengabungkan cara pandang dan wawasan dari perspektif yang berbeda yang membawa konsesus dan komitmen untuk menghasilkan resolusi jangka panjang.

1). Perbedaan Harus Dikelola

Perbedaan pendapat tidak selalu harus dihindari, bahkan harus dikelola. Bila perbedaan pendapat dapat kita kelola dan disikapi dengan baik justru akan membawa manfaat dan energi yang besar, walaupun perbedaan pendapat memang rentan memicu konflik dan permusuhan meski orang-orang yang berbeda pendapat belum tentu saling bermusuhan.

Munculnya perbedaan pendapat dalam setiap interaksi sosial dipengaruhi oleh beberapa hal antara lain sifat dasar manusia sebagai individu yang unik yang tidak pernah sama dengan individu lainnya. Pengalaman masing-masing manusia dalam kehidupan akan membentuk suatu karakter pribadi yang kemudian menjadi penegas perbedaan antar individu. Disamping itu, terdapat pula beberapa spektrum perbedaan yang sifatnya sekunder seperti keyakinan, pendidikan, pendapatan/pekerjaan, hingga asal daerah. Luasnya spektrum perbedaan ini akan membuat perbedaan pendapat bisa saja terjadi antara kawan kerabat dan handaitaulan, antara atasan dan bawahan, antar pasangan, bahkan antar anggota dalam suatu organisasi, dengan kata lain perbedaan menjadi dimensi yang senantiasa hadir dalam keseharian kita, perbedaan menjadi tidak bisa dilepaskan dari peri kehidupan manusia.

2). Negosiasi Sebagai Metode Pencarian Jalan Tengah

Negosiasi adalah proses untuk menetapkan keputusan bersama antara beberapa pihak, dimana setiap pihak memiliki pendapat, keinginan, atau argumen yang berbeda-beda. Pihak negosiator pada setting organisasi, dapat melibatkan dua orang, misalnya saat dua orang karyawan menetapkan tanggal penyelesaian laporan kerja; di dalam kelompok, misalnya saat menentukan kesepakatan jadwal ujian dalam kelas; dan antar kelompok seperti kesepakatan antar perusahaan pemasok dan pembeli bahan baku produksi.

Negosiasi yang efektif terjadi ketika masalah atau konflik berhasil diselesaikan dan hubungan antara pihak-pihak negosiator tetap atau bahkan meningkat selama proses negosiasi. Ada beberapa cara untuk membantu negosiasi supaya berhasil. Untuk negosiasi distributif, pertama cari pemicu masalah dan hambatan untuk negosiasi. Kedua, buatlah tawaran pembuka yang ekstrim untuk menunjukkan impresi tough. Selanjutnya, lakukan kompromi secara perlahan-lahan. Gunakan ancaman, janji, dan tetaplah berpegang teguh pada posisi dan argument selama negosiasi. Pada negosiasi ini, pihak-pihak negosiator harus bersiap untuk pergi tanpa menemukan kesepakatan. Sedangkan pada negosiasi integratif, pertama jelaskan terlebih dahulu apa yang diinginkan, dirasakan secara deskriptif dan jelaskan alasannya. Kemudian, cobalah pikirkan keinginan pihak lain dari sudut pandang mereka melalui argumen-argumen mereka. Ciptakan alternatif pilihan kesepakatan yang dapat memaksimalkan keuntungan bersama. Terakhir, gunakan kesepakatan yang paling bijak

dan bersedia mengikuti kondisi-kondisi yang telah disepakati.

3). Resolusi

Di dalam suatu kelompok, konflik adalah sesuatu yang tak terhindarkan. Ketika anggota kelompok menyatakan masalah mereka dan mencari solusinya, konflik menjadi sumberdaya yang berharga dibandingkan sebuah masalah yang harus diselesaikan. Resolusi konflik artinya adalah suatu metode dan proses terkonsep yang digunakan untuk membantu menyelesaikan konflik dengan damai (Forsyth, 2009). Konflik dapat muncul ketika anggota di dalam kelompok merasa yakin dengan posisinya dan tidak ada keinginan untuk mengalah satu sama lain, namun konflik dapat diredakan ketika anggota kelompok memutuskan untuk bernegosiasi untuk mencapai kesepakatan yang dapat menguntungkan seluruh pihak. Negosiasi adalah proses komunikasi timbal balik yang dilakukan oleh dua anggota atau lebih untuk mencari tahu masalah – masalah secara lebih spesifik, menjelaskan posisi mereka dan saling bertukar gagasan. Negosiasi terkadang lebih dari sekedar tawar – menawar atau saling berkompromi. Seperti negosiasi distributif, kedua belah pihak menyembunyikan orientasi kompetitif mereka dan secara bergantian sampai salah satu pihak mendapatkan sesuatu yang lebih baik dari pihak yang lainnya. Di lain pihak,seperti yang ditulis oleh Roger Fisher dan William Ury (1983), negosiasi integratif bertujuan untuk bekerjasama dengan anggota kelompok untuk meningkatkan kinerja kooperatif dan hasil yang integrative yang menguntungkan kedua belah pihak. Fisher

dan Ury juga menyarankan anggota kelompok untuk membuat sesi penyelesaian masalah dan bekerja sama untuk menemukan solusi.

Konflik sering kali terjadi karena kesalah pahaman. Orang – orang sering menganggap bahwa orang lain ingin berkompetisi dengan mereka namun pada kenyataannya orang lain tersebut hanya ingin bekerjasama dengan mereka. Mereka mengira ketika orang lain mengkritik ide – ide mereka, orang lain tersebut sedang mengkritik mereka secara personal. Mereka percaya bahwa motif orang lain tersebut adalah untuk menguntungkan pihak mereka (Thompson &Hrebec, 1996).

4). Teknik *Brainstorming*

Teknik *brainstorming* pertama kali dicetuskan oleh Alex Osborn pada tahun 1953 dalam bukunya Applied Imagination. *Brainstorming* berarti *to storm a problem with ideas* (menyerbu suatu masalah dengan ide-ide). *Brainstorming* atau penyerbuan dengan ide-ide yang sebanyak mungkin terhadap suatu masalah dilangsungkan dalam suatu pertemuan. Teknik ini pada dasarnya adalah menerapkan diadakannya suatu sidang serbuan gagasan untuk memecahkan masalah. Pada pembelajaran dengan teknik brainstorming, setiap siswa dianjurkan mengajukan pendapat atau gagasan yang sebanyak-banyak mungkin untuk kemudian dicatat.

Penggalian ide dengan teknik ini bermula dari pemikiran Osborn yang menganggap bahwa aliran ide spontan yang muncul dari banyak orang lebih baik daripada gagasan seorang diri. *Brainstorming* mengacu pada penggalian ide

berdasarkan kreativitas berpikir manusia. Peserta diskusi bebas menyampaikan pendapat tanpa rasa takut terhadap kritik dan penilaian sebab selama tahap pengumpulan ide semua gagasan akan ditampung tanpa terkecuali. Dalam prosesnya, tidak boleh dilangsungkan perdebatan atau diberikan kritik terjadap sesuatu ide yang dilontarkan.

Osborn dalam *Gie* (1995) mensyaratkan 4 ketentuan dalam melaksanakan teknik *brainstorming* yaitu:

1. Kritik tidak diperkenankan
2. Pengaliran ide secara bebas dianjurkan
3. Kualitas lebih diharapkan
4. Penggabungan dan penyampuran dicari

Selain menyumbangkan gagasan sendiri, setiap peserta diharapkan menyarankan bagaimana ide peserta lain dapat disempurnakan menjadi ide yang lebih baik atau bagaimana dua atau lebih ide dapat digabungkan menjadi satu lagi ide.

5). Tujuan dan Manfaat *Brainstorming*

Brainstorming bertujuan untuk mendapatkan gagasan dan ide-ide baru dari anggota kelompok dalam waktu yang relatif singkat tanpa adanya sifat kritis yang ketat. Sedangkan manfaat yang bisa diperoleh oleh suatu tim kerja yang melakukan teknik brainstorming, diantaranya adalah sebagai berikut:

- Mengidentifikasi masalah
- Menganalisis situasi
- Mengalirkan ide-ide baru
- Menganalisis ide-ide
- Menentukan alternatif pemecahan masalah

- Merencanakan langkah-langkah dan kegiatan yang akan dilakukan untuk memperbaiki masalah

d. Menggunakan kata-kata sesuai dengan SOP organisasi.

1). SOP adalah prosedur standar untuk perusahaan

Setiap badan usaha apapun jenisnya, pasti memiliki SOP (Standard Operating Procedure) yang membantu mengatur kelancaran kegiatan operasional. Istilah ini juga tidak asing bagi setiap pekerja maupun wirausahawan. SOP adalah sistem pengaturan atau prosedur yang penting dalam sebuah organisasi terstruktur.

Pengertian SOP menurut parah ahli tersebut adalah sebagai berikut:

SOP adalah suatu pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekejaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja bagi instansi pemerintah maupun non-pemerintah, usaha maupun non-usaha, berdasarkan indikator-indikator teknis, administratif, dan prosedural sesuai tata kerja, prosedur kerja dan sistem kerja pada unit kerja yang bersangkutan – ***Tjipto Atmoko (2011)***

SOP itu adalah Panduan yang digunakan untuk memastikan kegiatan operasional organisasi atau perusahaan berjalan dengan lancar – ***Sailendra (2015)***

SOP merupakan dokumen yang berisi serangkaian instruksi tertulis yang dibakukan mengenai berbagai proses penyelenggaraan administrasi perkantoran yang berisi cara melakukan pekerjaan, waktu pelaksanaan, tempat

penyelenggaraan, dan aktor yang berperan dalam kegiatan – ***Insasi 2010***

Dari pengertian para ahli diatas, maka dapat disimpulakan bahwa pengertian SOP adalah suatu peraturan yang dibuat secara tertulis dalam suatu badan usaha, yang berisi peraturan dan pedoman kerja bagi setiap pekerja di dalam badan usaha tersebut, dan dijadikan sebagai standar pada kegiatan operasionalnya.

2). Dampak positif SOP bagi perusahaan

Jika dalam badan usaha telah memiliki SOP, maka para pekerja diwajibkan bekerja sesuai dengan peraturan yang telah disusun. SOP dijadikan sebagai minimum standart yang mempengaruhi hasil produk atau jasa. Semakin besar suatu perusahaan, maka semakin ketat juga SOP. Tidak hanya untuk melancarkan kegiatan operasional, tetapi juga mempengaruhi kepercayaan pelanggan untuk menggunakan produk atau jasa. Misalkan perusahaan A yang berpusat di Jakarta, memiliki beberapa cabang di kota lain. Jika konsumen sudah melihat bahwa SOP perusahaan A sudah baik, maka konsumen tidak akan ragu untuk mengunjungi cabang perusahaan A yang berada di kota lain. Dengan ekspektasi bahwa sekalipun hanya sebuah kantor cabang, namun mereka memiliki SOP yang sama dengan pusat. Maka hasil yang konsumen rasakan pada cabang akan sama dengan yang dirasakan pada pusat. Itulah mengapa SOP adalah hal sangat penting diterapkan pada perusahaan, salah satunya adalah untuk mendapat kepercayaan konsumen ketika akan membuka cabang baru atau memproduksi barang baru. Di posisi ini, maka nama

perusahaan akan memiliki nilai tersendiri bagi konsumen. Atas dasar tersebut SOP pun memiliki tujuan positif, yaitu untuk menjaga kestabilan operasional perusahaan, serta untuk menjaga kualitas dari produk dan jasa yang dihasilkan. SOP juga memiliki tujuan sebagai dasar mengatur cara kerja seluruh individu dalam bekerja dan sekaligus membangun kualitas.

3). Manfaat SOP bagi perusahaan

a). Meningkatkan & Menjaga Nama Baik Perusahaan

Jika SOP dijalankan sesuai dengan yang tertulis, tentu kinerja perusahaan akan dinilai baik dimata konsumen, sehingga konsumen tidak segan untuk mencoba dan menggunakan hasil produk atau jasa perusahaan tersebut. Bahkan akan berdampak juga pada ketertarikan masyarakat untuk bekerja pada perusahaan. Jika usaha Anda merupakan PT terbuka, tentunya akan menaikkan harga saham, dan semakin banyak investor yang akan berinvestasi.

Selain itu, jika telah mendapatkan nilai positif dari konsumen, maka juga akan memudahkan menjalin kerjasama, karena adanya kepercayaan akan adanya keuntungan yang diperoleh. Perusahaan juga akan lebih mudah mengajukan kredit di bank, karena dinilai pasti mampu untuk membayar bunga serta pelunasan sesuai dengan tanggal jatuh tempo.

b). SOP Adalah Pedoman Dalam Bekerja dan Meningkatkan Akuntabilitas.

Akuntabilitas merupakan pertanggungjawaban, yaitu merupakan komponen yang menjadi penggerak jalannya perusahaan, sesuai tugas dan wewenangnya. SOP kerja membantu para pekerja di dalamnya untuk bekerja sesuai dengan tugasnya masing-masing, sehingga mereka dapat bekerja dengan efektif dan efisien, serta tidak mengerjakan tugas yang ada diluar tanggung jawab mereka (tumpang tinding tugas).

Dengan adanya SOP kerja, maka pekerja juga memahami apa yang harus dilakukan dan tidak boleh dilakukan selama masa jam kerja. Tentunya hal ini akan membuat mereka menjadi lebih disiplin dalam bekerja dan membentuk standarisasi tersendiri dalam proses produksi dan barang atau jasa yang dihasilkan. SOP juga membantu pekerja baru untuk beradapatasi dengan standar kinerja perusahaan. Senior tidak perlu terlalu susah dalam mengajari junior mereka. Ini akan mengehamat waktu pekerja senior, dan dapat mengerjakan kembali apa yang menjadi tanggung jawabnya.

c). SOP adalah sistem yang mempermudah Pengawasan Tim.

Kepala divisi atau manajer akan mudah dalam mengkontrol produk atau jasa yang dihasilkan. Jika ditemukan ada yang janggal atau kesalahan dalam proses pengerjaan, maka pihak yang bersangkutan akan mudah

mencari tim mana yang seharusnya bertanggung jawab. Tim juga akan lebih mudah diawasi kinerjanya, karena mereka memiliki SOP kerja masing-masing. Manajer akan mengetahui mana tim yang kerjanya masih kurang sesuai dengan standart perusahaan dan secepat mungkin di benarkan. Selain itu manajer akan terbantu saat akan menelusuri saat ada kesalahan prosedur dalam pelayanan maupun dalam rantai produksi.

d). Memberikan Ciri Khas Pada Perusahaan.

Setiap produk dan jasa yang dihasilkan suatu perusahaan harus memiliki ciri khas khusus yang akan diingat oleh konsumen. Ciri khas ini juga diatur dalam SOP, supaya siapapun yang bekerja nantinya, tetap akan menghasilkan produk atau jasa yang sama dengan sebelumnya, mengingat SDM (Sumber Daya Manusia) tidak akan bekerja terus selamanya di dalam perusahaan. Jika tidak ada SOP yang mengatur, maka dikhawatirkan bila terjadi pergantian pekerja akan mempengaruhi hasil produksi dan tentu akan mengecewakan konsumen. Contohnya sebagai berikut, pelayanan Pertamina mengatur SOP 3S, yaitu salam, senyum, sapa untuk membuat pelanggan merasa nyaman. Tentunya sebagian besar masyarakat mengetahui prosedur tersebut akan diterapkan kepada mereka saat mengunjungi pertamina dan telah menjadi sebuah ciri khas.

Jika diperhatikan, siapapun penjaganya saat itu, walaupun sama atau berbeda, sekalipun pekerja lama atau baru akan selalu melakukan 3S. Pelanggan tidak akan merasa dibedakan saat berkunjung di pertamina. Itu karena

adanya SOP yang menjadi ciri khas dari Pertamina. Manfaat dari adanya ciri khas ini akan membuat nyaman konsumen, dan akan memudahkan perusahaan nantinya jika ingin membuka cabang. Konsumen akan mempunyai pemikiran bahwa kualitas dan pelayanan yang didapatkan akan sama dengan sebelumnya. Mereka tidak akan ragu untuk mengeluarkan uang bagi perusahaan. Ini juga meningkatkan profesionalitas para pekerja. Bagaimana? Pentingkan mengetahui apa itu SOP?

e). Memberikan Dasar Hukum Yang Jelas.

Standard Operating Procedure, secara tidak langsung juga merupakan perjanjian tertulis antara perusahaan dengan pekerja dan antara perusahaan dengan konsumen maupun pihak eksternal lainnya. Jika nanti ada pekerja yang bekerja tidak sesuai dengan SOP (dengan catatan, mereka sudah mengetahui SOP perusahaan dan menyatakan setuju mengikuti SOP) perusahaan berhak untuk menegur atau memberikan SP (Surat Peringatan), bahkan menuntut secara hukum (tergantung pelanggaran yang dilakukan). Sedangkan pihak eksternal juga dapat menegur atau mengkritik bila merasa pelayanan atau produk dan jasa yang digunakan tidak sesuai prosedur perusahaan. Misalkan, beberapa waktu yang lalu terdapat kasus seorang konsumen menuntut salah satu perusahaan coklat, karena coklat yang ia dapatkan isinya tidak sesuai yang tertera pada kemasan.

Maka dari itu, SOP membantu perusahaan untuk membuat dasar hukum, sehingga standar para pekerja akan sesuai dengan standar yang diinginkan perusahaan.

a. **Menghindari argumentasi**

1). Sikap dalam melayani pelanggan

Pelanggan atau konsumen memiliki sikap dan perilaku yang berbeda-beda dalam mensikapi sesuatu hal, maka Saudara perlu memperhatikan dan memahaminya dengan baik. Saudara harus memiliki cara sendiri yang dapat dijadikan patokan dalam melayani pelanggan, karena sikap yang kurang baik akan berpengaruh terhadap hasil pelayanan yang diberikan.

Sikap yang dapat Saudara berikan tergantung dari kondisi atau situasi saat berhadapan langsung dengan pelanggan atau konsumen dari awal sampai dengan akhir, berikut ini sikap yang harus Saudara perhatikan dalam melayani pelanggan atau konsumen.

a). Memberi kesempatan pelanggan berbicara

Saudara harus memberikan kesempatan terlebih dahulu kepada pelanggan atau konsumen untuk mengemukakan keinginannya. Dalam hal ini Saudara harus dapat menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhannya dengan baik, sehingga tidak terjadi salah informasi yang dapat menyebabkan kesalah pahaman.

b). Mendengarkan baik-baik

Selama pelanggan mengemukakan pendapatnya hendaknya Anda mendengar dan menyimak baik-baik apa saja point yang dikemukakan pelanggan. Anda diharapkan dapat menghindari gerakan yang dapat menyinggung

pelanggan, terutama gerakan tubuh yang dianggap kurang sopan

c). Tidak menyela pembicaraan

Sebelum pelanggan selesai berbicara, Anda hendaknya tidak memotong atau menyela pembicaraan. Usahakan menanggapi pelanggan jika benar-benar telah selesai berbicara sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

d). Ajukan pertanyaan

Jika terdapat hal-hal yang kurang jelas atau kurang lengkap, Anda dapat mengajukan pertanyaan. Pengajuan pertanyaan kepada pelanggan dilakukan apabila pelanggan sudah selesai berbicara. Pengajuan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang baik, sopan, singkat dan jelas.

e). Jangan marah dan jangan mudah tersinggung

Kadang-kadang seorang pelanggan bertingkah diluar batas. Namun dalam hal ini Anda diharapkan tidak menyinggung pelanggan, baik dalam cara berbicara, bersikap dan nada bicara. Selain itu, Anda diharapkan tidak mudah marah terhadap pelanggan yang bertemperamen tinggi. Usahakan tetap sabar dalam melayaninya

f). Jangan mendebat pelanggan

Jika terdapat hal-hal yang kurang disetujui, usahakan memberikan penjelasan dengan cara yang sopan. Anda

diharapakan tidak berdebat atau memberikan argumen yang tidak dapat diterima oleh pelanggan

g). Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu berlaku tenang

Selama melayani pelanggan atau konsumen, Anda diharapkan mampu memberikan dan menunjukkan sikap sopan santun dan ramah tamah. Selain itu emosi juga harus tetap terkendali dan selalu berlaku tenang dalam menghadapi pelanggan yang kurang menyenangkan

h). Jangan menangani hal-hal yang bukan wewenangnya

Seorang karyawan sebaiknya tidak menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaan atau tanggung jawabnya. Serahkan tugas-tugas tersebut kepada karyawan yang berhak, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi

i). Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu

Pelanggan yang datang ke tempat usaha atau perusahaan Anda pada prinsipnya mereka ingin dibantu. Oleh karena itu, berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa Anda memang ingin membantunya

b. Rangkuman

Peserta telah menyelesaikan aktivitas pada bab ini. Saudara membutuhkan pengetahuan bagaimana cara mengatasi penyebab terjadinya konflik. Bagaimana metode persuasi dapat diterapkan untuk konsistensi standar keadilan dengan menjalankan manajemen konflik komunikasi akan berjalan dengan baik sehingga konflik dapat diatasi.

Saudara sudah dapat memahami konflik yang terjadi pada pelanggan dengan menggukan manfaat empati dan bertindak dengan belas kasih, sehingga kepercayaan konsumen dapat meningkatkan keberhasilan dalam sebuah bisnis. Karena kunci utama dari keberhasilan sebuah bisnis adalah kepercayaan yang timbul dari konsumen terhadap produk ataupun jasa yang dijual.

C. Penilaian

Bagian 1: Tes Tertulis Pilihan Ganda

Pilih jawaban yang paling tepat.

1. Dibawah ini yang bukan penyebab konflik, yaitu ….
   A. Kompetisi
   B. pekerjaan diluar ekspeteksi
   C. kekuasaan komunikator
   D. sumber daya yang tersedia

2. Pengertian persuasi adalah …..
   A. Proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan.
   B. Sebuah bentuk komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi dan meyakinkan orang lain.
   C. Materi yang diberikan oleh komunikator sebagai ajakan supaya komunikan mempercayainya.
   D. Dalam komunikasi sangat lazim suatu pesan memiliki makna yang berbeda antara satu individu dengan individu lainnya.

3. Komunikasi persuasif memiliki dua aspek dasar dalam penyampaian pesan, yakni ….
   A. Aspek internal dan verbal .
   B. Aspek intenal dan eksternal.
   C. Aspek verbal dan eksternal.
   D. Aspek verbal dan non verbal.

4. Dibawah ini adalah tujuan komunikasi persuasif, kecuali ……..
   A. Memperbesar tanggapan.
   B. Membentuk tanggapan.
   C. Menggubah tanggapan.
   D. Memperkuat tanggapan.

5. Berikut yang merupakan definisi manajemen konflik, yaitu …..
   A. Serangkaian aksi dan reaksi yang dilakukan oleh para pelaku konflik atau pihak ketiga sedara rasional dan seimbang, untuk pengendalian situasi dan kondisi perselisihan atau pertikaian terjadi antara beberapa pihak .
   B. Konflik disebabkan oleh masalah-masalah ketidak setaraan dan ketidak adilan yang muncul sebagai masalah social, budaya dan ekonomi.
   C. Konflik disebabkan oleh posisi-posisi yang tidak selaras dan perbedaan perspektif tentang konflik oleh pihak-pihak yang berkonflik.
   D. Konflik disebabkan oleh kebutuhan dasar manusia (fisik, metal dan social) yang tidak terpenuhi atau dihalangi.

6. Dibawah ini adalah manfaat bisnis dari empati, adalah ……..
   A. Membuat pelanggan merasa senang.
   B. Meningkatkan penjualan, loyalitas dan referensi.
   C. Menunjukkan apresiasi.
   D. Memberikan kepercayaan kepada pelanggan.

7. Krediabilitas komunikator mengacu pada 3 komponen, yaitu ……
   A. Fisik, psikologi dan daya tarik.
   B. Keahlian, kepercayaan dan eksistensi.
   C. Membentuk tanggapan, memperkuat tanggapan dan menggubah tanggapan.
   D. Tawar menawar, konsultasi dan mediasi.

8. Yang bukan strategi dalam meningkatkan kepercayaan konsumen adalah …..
   A. Komunikasi.
   B. Tunjukkan apresiasi.
   C. Memberikan informasi.
   D. Lakukan komunikasi dua arah dengan pelanggan.

9. SOP adalah suatu pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja, ungkapan dari ? …
   A. Sailendra.
   B. Insasi.
   C. Tjipto Atmoko.
   D. J. Supranto.

10. Fungsi Standar Operating Prosedure (SOP) yaitu …….
   A. Memperlancar tugas petugas/pegawai atau tim /unit kerja.
   B. Sebagai standarisasi dalam menyelesaikan pekerjaan.
   C. Mengurangi tingkat kesalahan oleh seorang pegawai.
   D. Memberikan informasi bagi upaya peningkatan kompetensi pegawai.

C. Refleksi dan Tindak Lanjut

a. Apa yang telah Saudara pelajari dari proses pembelajaran ini?

b. Apa yang akan Saudara lakukan untuk memahami dan menerapkan kemampuan Saudara pada kompetensi ini ditempat Saudara bekerja ?

D. KETERAMPILAN DAN SIKAP KERJA

1. Tugas Praktik I

a. Judul Unit

Kompetensi : Menangani Konflik

b. Kode Unit

Kompetensi : N.821100.047.01

c. Elemen Kompetensi: Melakukan Pendekatan terhadap Penyebab Konflik.

d. Waktu Penyelesaian : 30 menit

e. Capaian Unjuk Kerja :

Setelah menyelesaikan tugas Melakukan Pendekatan terhadap penyebab konflik peserta mampu:

1) Menjadi mediator yang bijaksana
2) Mengembangkan metode penyelesaian masalah secara spesifik
3) Mengambil Keputusan Bersama
4) Berkomitmen dan konsisten dalam penyelesaian konflik
5) Bersikap adil

f. Daftar Alat/Mesin dan Bahan :

NO	NAMA BARANG	SPESIFIKASI	KETERANGAN
A.	ALAT		Setiap Peserta
1.	Perekam		
2.	Alat tulis kantor	Pensil, Pulpen, Penggaris, Penghapus	
B.	BAHAN		
1.	Block Note		

g. Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Keselamatan dan kesehatan kerja yang perlu dilakukan pada waktu melakukan praktik kerja ini adalah:

i. Bertindak berdasarkan sikap kerja yang sudah ditetapkan sehingga diperoleh hasil seperti yang diharapkan, jangan sampai terjadi kesalahan karena ketidak-telitian dan tidak taat asas.

ii. Waktu menggunakan telepon dan alat lainnya mengikuti petunjuknya masing-masing yang sudah ditetapkan.

h. Standar Kinerja

i. Dikerjakan selesai tepat waktu, waktu yang digunakan tidak lebih dari yang ditetapkan.

ii. Toleransi kesalahan 5% dari hasil yang harus dicapai, tetapi bukan pada kesalahan kegiatan kritis.

i. Tugas

Abstraksi Tugas Praktik I

Saudara adalah staf penjualan yang bekerja di sebuah toko *"Beauty Bag*" menjual tas terkenal di Jakarta. Seorang pelanggan datang ke toko Saudara dan mengeluh karena tas yang baru dibeli talinya lepas sehingga tidak dapat digunakan lagi tapi pelanggan tersebut tidak bisa memperlihatkan bon pembelian. Kebijakan Perusahaan adalah untuk tidak memperbaiki Sepatu yang rusak kecuali jika ada bon pembelian. Bagaimana sikap Saudara dalam menangani kasus ini ?

j. Instruksi Kerja

Setelah membaca abstraksi nomor **h** selanjutnya ikuti instruksi kerja sebagai berikut:

Setelah membaca abstraksi nomor h selanjutnya ikuti instruksi kerja sebagai berikut:

k. Menjadi mediator yang bijaksana

l. Mengembangkan metode penyelesaian masalah secara spesifik

m. Mengambil Keputusan Bersama

n. Berkomitmen dan konsisten dalam penyelesaian konflik

o. Bersikap adil

Daftar Cek Unjuk Kerja Tugas I

NO	DAFTAR TUGAS/INSTRUKSI	POIN YANG DICEK	PENILAIAN	
			K	BK
1.	Menjadi mediator yang bijaksana	- Mendengarkan permasalahan yang terjadi dari kedua belah pihak - Memproses informasi dari permasalahan tersebut - Menyimpulkan secara objektif (memproses permasalahan yang terjadi sesuai fakta)		
2.	Mengembangkan metode penyelesaian	Melihat akar permasalahan dengan membuat		

	masalah secara spesifik	dafta masalah sehingga dapat memudahkan mengatasi konflik lebih tepat sasaran.		
3.	Mengambil keputusan bersama	Mengumpulkan semuanya di dalam sebuah ruangan adalah untuk mencegah terjadinya miskomunikasi dan juga mengambil jalan keluar yang tepat Bersama-sama.		
4.	Berkomitmen dan konsisten dalam penyelesaian konflik	Memastikan untuk bersikap konsisten dalam menyelesaikan konflik tersebut.		
5.	Bersikap adil	- Menyepakati Solusi konflik - Solusi penyelesaian masalah harus etis sesuai dengan kebijakan dan tujuan Bersama.		

2. Tugas Praktik II

a. Judul Unit Kompetensi : Menangani Konflik

b. Kode Unit Kompetensi : N.821100.047.01

c. Elemen Kompetensi : Melakukan Kolaborasi

d. Waktu Penyelesaian : 30 menit

e. Capaian Unjuk Kerja :

Setelah menyelesaikan tugas Melakukan Kolaborasi peserta mampu:

1) Mengantisipasi sebelum dan sesudah konflik terjadi
2) Mengobservasi dan menginvestigasi
3) Membuat Solusi
4) Pelaksanaan
5) Memonitoring kemungkinan konflik berulang
6) Mengevaluasi.

Daftar Alat/Mesin dan Bahan :

NO	NAMA BARANG	SPESIFIKASI	KETERANGAN
A.	ALAT		Setiap Peserta
1.	Perekam		
2.	Alat tulis kantor	Pensil, Pulpen, dan Penghapus	
B.	BAHAN		
1.	Block Note		

a. Keselamatan dan Kesehatan Kerja

Keselamatan dan kesehatan kerja yang perlu dilakukan pada waktu melakukan praktik kerja ini adalah:

1) Bertindak berdasarkan sikap kerja yang sudah ditetapkan sehingga diperoleh hasil seperti yang diharapkan, jangan sampai terjadi kesalahan karena ketidak-telitian dan tidak taat asas.
2) Waktu menggunakan telepon dan alat lainnya mengikuti petunjuknya masing-masing yang sudah ditetapkan.

f. Standar Kinerja

1) Dikerjakan selesai tepat waktu, waktu yang digunakan tidak lebih dari yang ditetapkan.
2) Toleransi kesalahan 5% dari hasil yang harus dicapai, tetapi bukan pada kesalahan kegiatan kritis

3. Abstraksi Tugas Praktik II

Salah satu Perusahaan yang sejak tahun 2020 banyak terlibat dalam konflik *intergroup*, yakni antara kelompok pekerja yang tergabung dalam serikat pekerja dengan manajemen Perusahaan, yaitu PT Jaya Makmur Industry yang merupakan produsen garmen. Pekerja menyuarakan kesulitan yang dihadapi dalam menerima hak dan kesejahteraan sebagai pekerja yang dianggap tidak setimpal dengan beban dan kondisi kerja.
Bagaimana Solusi Saudara dalam menghadapi kasus diatas ?

a. Instruksi Kerja

Setelah membaca abstraksi nomor **h** selanjutnya ikuti instruksi kerja sebagai berikut:

i. Mengantisipasi sebelum dan sesudah konflik terjadi
ii. Mengobservasi dan menginvestigasi
iii. Membuat Solusi
iv. Pelaksanaan
v. Memonitoring kemungkinan konflik berulang
vi. Mengevaluasi.

4. Daftar Cek Unjuk Kerja Tugas II

NO	DAFTAR TUGAS/INSTRUKSI	POIN YANG DICEK	PENILAIAN	
			K	BK
1.	Mengantisipasi sebelum dan sesudah konflik terjadi	- Memahami titik-titik rawan - Batasan dan aturan disepakati dari awal. - Bangun semangat kerja sama dan saling menghargai - Berikan pembagian tugas yang jelas dan proporsional. - Saling bantu dan saling melengkapi.		
2.	Mengobservasi dan mengantisipasi	- Lakukan observasi dan investigasi Ketika konflik terjadi. - Perlu menempatkan diri sebagai pihak yang netral. - Sikap terbuka akan mempercepat proses observasi dan investigasi masalah		
3.	Membuat solusi	- Membuat beberapa alternatif Solusi - Melibatkan anggota tim dalam menyelesaikan soluasi Bersama - Menggunakan "*win win solution"* - Solusi harus bisa menghasilkan interaksi berkesinambungan agar tercipta rasa saling menghargai dan		

		konflik tidak terjadi lagi.		
4.	Pelaksanaan	- Dalam pelaksanaan bisa terjadi penolakan atas Solusi yang ditawarkan karena itu harus mempunyai *"bargaining power"* bertindak tegas. - Hindari *deadlock* - Pendekatan secara personal.		
5.	Memonitoring kemungkinan konflik terjadi	- Melakukan monitoring untuk kemungkinan konflik akan berulang Kembali. - Melakukan Upaya pembinaan. - Melakukan kegiatan kebersamaan		
6.	Mengevaluasi	- Melakukan Upaya peningkatan kompetensi yang telah ditentukan. - Menjaga netralitas - Melakukan kolaborasi secara terus menerus. (dalam penyusuain diri)		

5. Lembar Cek Hasil

No.	ASPEK YANG DINILAI	STANDAR KEBERTERIMAAN	CEKLIS	
			K	BK
1.				
2.				
3.				
4.				

D. LAMPIRAN

1. Kamus Istilah

B

Bahasa	Alat komunikasi ditempat kerja untuk menyampaikan atau menerima informasi dari orang lain, bahasa juga sebagai sarana informasi dalam pendidikan, dalam komunikasi dengan bahasa dan nada sebaiknya dilakukan dengan jelas, benar dan sopan.
Budaya	Segala hasil daya cipta rasa dan karya manusia yang dijadikan milik diri seseorang dalam masyarakat dengan cara belajar

K

Keinginan	hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan tersebut.
Komunikasi	Suatu proses kegiatan penyampaian pesanatau informasi yang mengandung arti dari satu pihak kepada pihak lain dalam usaha untuk mendapatkan saling pengertian.
Komunikasi Tertulis	Komunikasi yang dilaksanakan dalam bentuk surat dan dipergunakan untuk menyampaikan berita yang sifatnya singkat, jelas tetapi dipandang perlu untuk ditulis dengan maksud-maksud tertentu

Komunikasi Informatif (*Informative communication)*	Suatu pesan yang disampaikan kepada seseorang atau sejumlah orang tentang hal-hal baru yang diketahuinya.
Komunikasi persuasif	Bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku komunikan yang lebih menekan sisi psikologis komunikan.
Konflik	Perjuangan mental yang disebabkan pikiran-pikiran, tindakan-tindakan, atau cita-cita yang berlawanan
Konsep bahasa	Alat untuk menyampaikan pikiran, Bahasa adalah alat untuk berinteraksi atau alat untuk berkomunikasi, dalam arti alat untuk menyampaikan pikiran, gagasan, konsep atau perasaan.
Konsultasi	Tindakan yang bersifat personal antara pihak yang memiliki masalah dengan pihak konsultan yang memberikan pendapat.

P

Pelanggan	Konsumen berupa pembeli ataupun pengguna jasa yang melakukan kegiatan pembelian ataupun penggunaan jasa secara berulang-ulang dikarenakan kepuasan yang diterimanya dari penjual ataupun penyedia jasa.

Pelanggan eksternal	Pelanggan yang secara aktif langsung mengonsumsi barang ataupun jasa yang mereka beli.
Pelanggan internal	Pelanggan yang tidak mengonsumsi suatu barang ataupun jasa secara langsung.

Permintaan pelanggan

Keinginan akan sesuatu yang didukung dengan kemampuan serta kesediaan membelinya.

Prosedur	Langkah-langkah suatu aktivitas atau kegiatan untuk menyelesaikan suatu pekerja

2. Referensi

Brett Hart, Ph.D., *Conflict in the Workplace,* Excel at Live, LLC.

Filoiann Wiedenhoff, Artikel, Practical Step to Resolving Conflict.

https://id.wikipedia.org/wiki/Metode_diskusi.

https://www.urbanhire.com/blog/manajemen-konflik-bagaimana-mengatasi-suatu-konflik.

https://www.wartaekonomi.co.id/read204652/empati-itu-baik-untuk-bisnis-ini-dia-4-alasannya.

https://koinworks.com/blog/meningkatkan-kepercayaan-konsumen.

https://www.jurnal.id/id/blog/2018-pentingnya-komunikasi-bisnis-yang-baik-untuk-keberhasilan-usaha.

https://promise.co.id/apa-itu-sop-memahami-standard-operating-procedure-sop-itu-adalah.

https://tukarpikiran.net/begini-sikap-dalam-melayani-pelanggan-anda.

http://ciputrauceo.net/blog/2016/1/4/strategi-persuasi-disertai-contoh-persuasif.

Howard Sklar, *The Art of Sympathy in Fiction, Form of ethical and emotional persuation,* Volume 15.

Janos Csapo, *Psychology of Persuasion.*

Nadira Aliya, Artikel Cara Elegan Menghindari Konflik di Tempat Kerja. (https://goo.gl/VnQ2tt).

Lee Jay Berman, Tools for Resolving Conflict in the Workplace with Customer and in Live. (https://goo.gl/VJRz8k).

Maimudin,Yurmaini,dkk (1980). *Metode Diskusi*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Sugeng Paranto (1981). *Teknik Diskusi dan Aspek-aspek yang Pelu Diperhatiakan dalam Pelaksanaanya.* Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

3. Unit Kompetensi

Acuan Standar Kompetensi Kerja

Materi modul pelatihan ini mengacu pada unit kompetensi terkait yang disalin dari Standar Kompetensi Kerja Subgolongan Jasa Pendidikan Lainnya Pemerintah dengan uraian sebagai berikut:

KODE UNIT : **N.821100.047.01**

JUDUL UNIT : **Menangani Konflik**

DESKRIPSI UNIT : Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam menangani konflik.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Melakukan pendekatan terhadap penyeban konflik	1.1 Penyebab konflik diindentifikasi. 1.2 Persuasi dilakukan dengan menunjukkan bukti factual. 1.3 Mendengarkan semua pendapat untuk dapat ditentukan inti permasalahan. 1.4 Perbedaan persepsi dihindari.
2. Melakukan kolaborasi	2.1 Sikap empati dan positif dilakukan. 2.2 Diskusi dilakukan untuk memperluas wawasan serta mendapatkan alternatif Solusi yang menumbuhkan rasa saling percaya serta hubungan yang sehat bagi kedua pihak. 2.3 Kesalah-pahaman dihindari (kegagalan komunikasi), perbedaan nilai, pandangan atau tujuan. 2.4 Cara pandang dan wawasan dari perspektif yang berbeda yang membawa consensus dan komitmen digabungkan

	untuk menghasilkan resolusi jangka Panjang. 2.5 Kata-kata digunakan sesuai dengan SOP organisasi. 2.6 Argumentasi dihindari.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk menangai konflik dengan kolega pelanggan pada seluruh sektor industri.

1.2 Khususnya pelayanan dalam menangani konflik yang sering terjadi di organisasi

2. Peralatan dan perlengkapan yang diperlukan

2.1. Peralatan

Tidak ada

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Alat tulis kantor

3. Peraturan yang diperlukan

(tidak ada)

4. Norma dan standar

4.1 Norma

(Tidak ada.)

4.2 Standar

4.2.1 SOP organisasi

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

   1.1 Unit ini bisa dinilai pada saat bekerja di tempat kerja maupun secara simulasi.

   1.2 Penilaian dapat dilakukan dengan kombinasi metode: demontrasi, lisan, tertulis dan atau portofolio

   1.3 Bagi pelatihan kejuruan sebaiknya memberikan pelatihan yang mempertimbangkan konteks industry secara menyeluruh tanpa bias pada sektor tertentu. Variasi situasi akan dapat membantu dalam hal ini. Pelatihan untuk sektor tertentu materinya dapat disesuaikan dengan kebutuhan sektor tersebut.

2. Persyaratan kompetensi

   2.1 N.821100.048.01 Memproses Keluhan Pelanggan.

3. Pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan

   3.1 Pengetahuan

      3.1.1 Kosep-konsep pelayanan prima dan prinsip-prinsip dasar pelayanan.

      3.1.2 Unsur-unsur dari pelayanan prima

      3.1.1 Kualitas pelayanan prima.

   3.2 Keterampilan

      3.2.1 Kemampuan dalan bernegosiasi.

      3.2.2 Kemampuan dalam berkomunikasi dengan pelanggan.

4. Sikap kerja yang diperlukan

4.1 Empati

4.2 Responsif

4.3 Komunikatif

5. Aspek kritis

5.1 Kemampuan untuk melakukan sikap empati dan positif.

5.2 Kemampuan melakukan diskusi mempeluas wawasan untuk mendapatkan alternatif Solusi yang menumbuhkan rasa saling percaya serta hubungan yang sehat bagi kedua pihak.