Cerita Pemenang Gold

The Best Contact Center Indonesia 2019

Perpustakaan Nasional : Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Cerita Pemenang Gold

The Best Contact Center Indonesia 2019

Penulis:
Widiyati Handayani

Editor :
Andi Anugrah

Diterbitkan oleh
PT. Telexindo Bizmart
Jl. Asem Baris Raya No. 8B, Kebon Baru, Tebet
Jakarta Selatan 12830
Telepon : +62-21-8379-5599
Facebook : facebook.com/telexindo
Twitter : @telexindo
Email : www.telexindo.com

Cetakan Pertama : 2020

Hak Cipta Telexindo Bizmart
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

© 2020, PT. TELEXINDO BIZMART

Cerita Pemenang Gold

The Best Contact Center Indonesia 2019

Widiyati Handayani

Daftar Isi

Daftar Isi.....v
Kata Pengantar.....vii
Komunikasi AADC pada Kreativitas Galaxy.....2
Melayani Wajib Pajak dengan Sepenuh Hati.....7
Service Inside Out.....12
Pelayanan Hospitality Approach.....17
Kepo Time dan Travel Time Therapy.....22
Atasi GAP dengan Program SQuent.....25
Program CRM Lite.....30
Program Fastabiqul Khairat Pada Social Media.....35
Program Zoom and Capture.....39
Menangani Kecurigaan Takaran Bahan Bakar.....43
Inspirasi dari Harry Potter.....48
Merchant Tutor Partner.....52
Menjalankan WOW Program untuk CS Millennials.....57
4 Kuadran Identifikasi Wajib Pajak.....62
Kebijakan Local Wisdom dalam Pendaftaran NPWP.....67
Pelayanan "My Chicken Dinner Route".....72
Up-grade Agent Prioritas ke Layanan Media Sosial.....76
Keberhasilan Program TRANSIT.....82
Tangani Penipuan dengan Cek dan Ricek.....88
Melancarkan Aktivasi UMKM dengan Kreativitas ADMIN.....91
Transform In-Field Capability Into Contact Center.....96
Project "Kunci" Honda Smart Key.....100
"Signature Recipe" Menjaga Kualitas Layanan.....106
Langkah Jitu Smart Calls Menangani Fraud.....111
Enhancing Quality of Digital Banking Experience.....116

Rush Hour Stasiun Tanah Abang 122
Simulasi dan Uji Website 127
Manfaat Proteksi Versus Investasi 133
Keberhasilan Program "Home in Harmony" 137
Layanan Cerdik Media Sosial 143
Berkreasi Dalam Bingkai Birokrasi "Small But Powerful" 148
Menangani Pengiriman Darurat 149
Program Kerja "Shoot" 153
Kreativitas PAS (Paham Andal Siap) 159
Penulis 165

Kata Pengantar

Kesempatan dalam mengikuti lomba The Best Contact Center Indonesia, membuka peluang bagi semua peserta untuk mengungkapkan kreativitasnya dan berbagi dengan banyak praktisi contact center. Kreativitas yang mereka sampaikan, baik pada sesi wawancara maupun pada saat lomba dituangkan dalam tulisan-tulisan oleh tim Telexindo.

Buku ini disusun dan didistribusikan dalam bentuk softcopy, sehingga dapat diperoleh secara gratis untuk semua pihak yang membutuhkan. Diharapkan dengan kehadiran buku ini dapat menjadi inspirasi bagi semua insan contact center dalam melakukan pengembangan diri dan pengembangan pelayanan.

Untuk mendukung lahirnya buku-buku contact center yang dapat menjadi referensi bagi insan contact center. Penulis juga mengajak semua pihak untuk mendukung dengan berdonasi atas manfaat yang didapatkan dari buku ini.

Tentunya buku ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Sebagai penulis, kami sangat terbuka untuk mendapatkan masukan dari berbagai pihak yang merasa berkepentingan untuk mengembangkan industri contact center di Indonesia. Jika ada kata atau informasi yang keliru, silakan sampaikan kepada kami. Dengan senang hati kami akan melakukan yang terbaik untuk memahami makna dari koreksi yang diberikan.

Akhir kata, terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam membantu menyelesaikan buku ini. Semoga karya ini menjadi goresan penting dalam percaturan dunia contact center Indonesia.

Jakarta, Mei 2020
Widiyati Handayani

Buku ini tidak diperjualbelikan dan akan didistribusikan dalam format softcopy. Donasi dapat diberikan dalam bentuk transfer ke QR code berikut ini :

Cerita Pemenang Gold

The Best Contact Center Indonesia 2019

Widiyati Handayani

Komunikasi AADC pada Kreativitas Galaxy

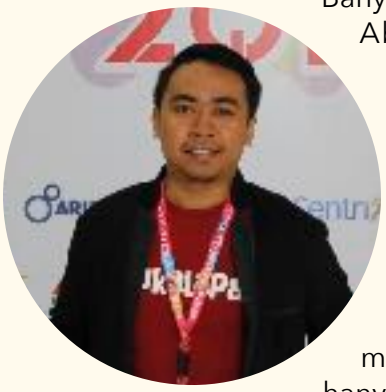
Abdussalam
Pemenang Gold The Best Agent Digital
Bukalapak

Bekerja di contact center bagi Abdussalam adalah hal yang membanggakan. Banyak orang yang berkata bahwa pekerjaan tersebut membosankan karena melakukan hal yang berulang setiap harinya. Namun pada kenyataannya bekerja di contact center memiliki ruang yang sangat luas untuk menyelesaikan sesuatu yang baru layaknya memiliki sebuah Galaxy.

Pria kelahiran Cirebon 29 Februari 1992 ini percaya bahwa ruang kerja yang baik akan memberikan stimulus yang baik bagi dirinya. Dengan demikian ia dapat menghasilkan produktivitas dan ide yang bagus yang dapat dikontribusikan untuk perusahaan. Information, Resolution, dan Escalation adalah 3 tugas utama Abdussalam sebagai seorang Agent Digital.

Information adalah memberikan informasi dan memenuhi permintaan-permintaan yang diminta oleh pelanggan. Resolution yaitu membantu untuk menyelesaikan permasalahan pelanggan. Jika permasalahan tersebut belum dapat diselesaikan oleh Abdussalam, maka dia akan melakukan tugasnya yang ketiga yakni, Escalation. Ia mengeskalasikan permasalahan tersebut ke Back Office dan memastikan bahwa keluhan pelanggan dapat segera ditindaklanjuti di bagian Back Office.

Untuk melaksanakan tugasnya, tentu Abdussalam memiliki beberapa kemampuan yang dapat membantunya. Kemampuan tersebut paling tidak terdiri dari 4 kompetensi dasar. Kompetensi Pertama yang merupakan kompetensi paling dasar adalah kompetensi mendengar dan menyimak. Kemampuan tersebut sangat penting untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kompetensi yang kedua adalah kemampuan menganalisa kasus. Setelah mengetahui permasalahan yang disebutkan pelanggan, Abdussalam mulai melakukan analisa kasus untuk menentukan solusi penanganannya. Kompetensi berikutnya adalah pengetahuan produk dan prosedur. Ketika mengetahui solusi permasalahan pelanggan, Abdussalam langsung menanganinya dengan pengetahuan produk yang sesuai dengan prosedur. Yang terakhir dan terpenting sebagai seorang Agent digital ia memiliki kemampuan manajemen waktu yang baik.



Banyak asam manis pengalaman yang Abdussalam lalui sebagai Agent Digital di Bukalapak. Salah satu pengalaman yang paling menarik dan mengesankan baginya adalah program Serbu Seru Bukalapak. Serbu Seru adalah sebuah program yang dilaksanakan oleh Bukalapak dengan menyediakan barang mewah dan dijual dengan harga hanya belasan ribu rupiah. Dari program tersebutlah pengalaman menariknya muncul.

Ada seorang pelanggan pria mengikuti program Serbu Seru dengan harga penyediaan sebesar 12 ribu rupiah dan ternyata dalam mengikuti program Serbu Seru tersebut dirinya gagal. Setelah program Serbu Seru tersebut selesai, pelanggan mempertanyakan mengenai dananya yang tidak kembali. Terlebih pelanggan tekankan bahwa dana yang digunakan untuk ikut program Serbu Seru tersebut tidak kembali setelah 1 x 24 jam.

Setelah Abdussalam menanyakan mengenai kebutuhannya, pelanggan menginginkan duit program tersebut kembali padanya setelah mengikuti program. Permasalahannya ternyata ada pada metode pembayaran yang digunakan. pelanggan menggunakan metode pembayaran melalui DANA. Sebagai informasi bahwa DANA merupakan salah satu alat pembayaran yang ada di Bukalapak dan penyelesaiannya dilakukan oleh Back Office sehingga tidak dapat dilakukan oleh Agent secara langsung.

Dari permasalahan tersebut, tantangan yang dihadapi oleh Abdussalam adalah ekspektasi pelanggan yang tinggi, yaitu pada saat pelanggan melakukan komplain dana nya sudah harus kembali. Tetapi dengan kondisi yang ada, Abdussalam tidak dapat membantu pada saat itu juga yang mana membutuhkan target SLA 1 x 24 jam.

Kemudian Abdussalam berpikir mengenai cara membantu pelanggan tersebut dengan cara melakukan 3 kreativitas. Kreativitas pertama adalah GALAXY dengan prinsip turunan yang paling besar dalam sistem kerjanya. Jika dijabarkan, G adalah Goals yaitu dengan fokus kepada tujuannya. A adalah Alive yang mana ia harus terus menghidupkan tahapan-tahapan pelanggan apapun permasalahannya. L adalah Lovely Interactions yaitu harus mengkomunikasikan dengan cara yang menyenangkan. A adalah Adaptive yaitu ia dapat mengadaptasi dari hal-hal positif kemudian diimplementasikan dalam proses pelayanan. X adalah eXtramiles dengan melakukan sesuatu yang lebih. Y adalah Yes suatu kemampuan yang harus bisa dijalani dan diselesaikan dengan baik.

Dari kreativitas Galaxy tersebut Abdussalam memasukkan aspek Lovely Interactions untuk menangani berbagai jenis pelanggan yang menjadi kreativitas keduanya. Setiap kali ada pelanggan yang komplain, Abdussalam mengelompokkannya menjadi beberapa aspek, dengan tujuan mengetahui bagaimana ia harus berkomunikasi dengan pelanggan tersebut. Aspek tersebut dimulai dari apakah pelanggan memberikan feedback atau tidak, tingkat kerugian finansial yang didapatkan, tingkat kesulitan komplainnya, dan seberapa lama SLA kasus tersebut.

Dari kondisi yang telah disebutkan, akan dibagi lagi menjadi 3 kondisi pelanggan berdasarkan perlakuan yang Abdussalam harus berikan diantaranya adalah Full Bercanda, Setengah Bercanda dan Jangan Bercanda. Dari pembagian kondisi tersebut, pelanggan yang ditangani saat itu berada pada kondisi medium yaitu kondisi Setengah Bercanda dengan waktu SLA nya 1 x 24 jam. Untuk itu Abdussalam memiliki kesempatan yang baik untuk berkomunikasi dengan pelanggan tersebut.

Setelah mengetahui bahwa pelanggan yang ditangani berada pada kondisi medium, Abdussalam melakukan kreativitasnya yang ketiga yakni melakukan komunikasi AADC. Diadaptasi dari judul film Ada Apa Dengan Cinta, AADC yang Abdussalam maksudkan adalah kepanjangan dari Ada Apa Dengan Customer. Menggunakan teknik dengan mewujudkan diri sebagai Dian Sastro yang berperan sebagai Cinta, pelanggan tersebut meresponnya sebagai Rangga yakni lawan main Cinta dalam film AADC.

Awalnya pelanggan komplain meminta agar uangnya segera dikembalikan, namun Abdussalam meresponnya dengan menggunakan nama Dian Sastro untuk memancing perhatian dari pelanggan tersebut. Ketika berhasil, pelanggan tersebut menanyakan apakah dirinya sedang berkomunikasi dengan Dian Sastro secara nyata. Kemudian Abdussalam menjawab dengan mengiyakan. Sebagai seorang Agent contact center, empati sangatlah dijunjung tinggi, sehingga Abdussalam meresponnya dengan mengikuti alur komunikasi pelanggan tersebut. Dengan mengikuti alur yang tercipta, akhirnya ia dapat menginfokan kepada pelanggan tersebut bahwa diperlukan waktu 1x24 jam untuk melakukan pengembalian tersebut.

Merasa diperhatikan oleh Agent yang menjadi Dian Sastro, pelanggan perlahan mengerti bahwa pengembalian dana membutuhkan waktu SLA 1x24 jam. Until itu hasil dari pengalaman yang dapat diambil adalah kepuasan konsumen atas komunikasi yang diciptakan. Dengan menyamar sebagai Dian Sastro dan menjadi tokoh Cinta, pelanggan merasa senang karena direspon dengan baik oleh Agent. Hal tersebut berdampak pada nilai Satisfaction yang tercipta saat itu yakni 96,6%.

Manfaat kreativitas tersebut bagi pelanggan adalah dengan Agent mempersonakan diri sebagai Dian Sastro akan menciptakan komunikasi dan interaksi yang cair, tidak kaku dan menyenangkan. Kemudian bagi Agent itu sendiri harus menguasai product knowledge, selalu menyiapkan skenario kasus yang mungkin terjadi dan selalu siap dalam kondisi apapun untuk melayani Customer.

Bagi pria lulusan S1 Desain Produk Industri Universitas Paramadina ini, untuk dapat melayani pelanggan dengan baik tentunya ia terus melakukan pengembangan diri. Selalu menambah ilmu dan wawasan, baik itu mengenai SOP pelayanan, ataupun ilmu pengetahuan lain. Ia juga terus meningkatkan kemampuan dalam berkomunikasi dan menulis juga mengikuti berbagai pelatihan dan diskusi bersama rekannya untuk mampu berlatih mengatasi permasalahan yang akan dihadapi.

Dengan pengalaman, kreativitas dan pengembangan yang Abdussalam lakukan tentu memberikan efek pada pencapaian-pencapaiannya, terutama pada bulan Januari hingga Juni 2019. Rata-rata nilai CSAT yang mencapai 96,5 % dari nilai rata-rata tim 95,3% dan target 95%. Rata-rata Quality Monitoring Score yang mencapai 94,6% dari nilai rata-rata tim 85,7% dan target 80%. Rata-rata waktu Response Time yang hanya mencapai 36 detik dari rata-rata waktu Response tim yang mencapai 45,3 detik dengan target 60 detik live chat serta rata-rata Occupancy rate yang mencapai 92% dari rata-rata Occupancy rate tim 88% dengan target 90%.

Pencapaian yang telah melebihi target tersebut ia sajikan pada ajang The Best Contact Center Indonesia 2019 mewakili perusahaan Bukalapak. Dengan ketekunannya yang dimulai dari pelatihan, pembekalan kemudian berlomba menghadapi peserta dari praktisi contact center lain Abdussalam mampu memperoleh medali Gold pada kategori The Best Agent Digital. ✆

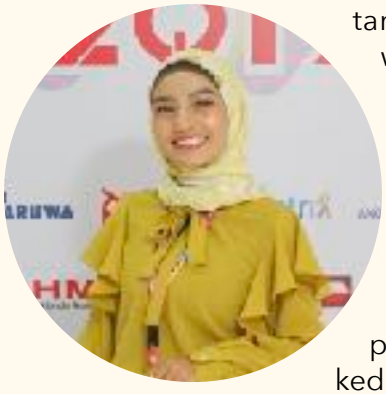
Melayani Wajib Pajak dengan Sepenuh Hati

Afrilia Rizki
Pemenang Gold The Best Customer Service
Kring Pajak 1500200, KLIP DJP, Kementerian Keuangan

Melayani wajib pajak dengan sepenuh hati adalah prinsip yang selalu Afril pegang. Terinspirasi dari tradisi kuno di Jepang yang bernama Ubasute, pemilik nama lengkap Afrilia Rizki ini terus memberikan pelayanan yang berkualitas dengan bekerja ikhlas. Ubasute sendiri adalah sebuah tradisi membuang orang yang sudah lanjut usia yang dianggap tidak berguna ke sebuah hutan yang bernama Ubasuteyama. Di depan para dewan Juri ajang The Best Contact Center Indonesia, Afril mengisahkan bahwa ada seorang anak lelaki tertua yang menggendong ibunya untuk dibuang ke hutan tersebut. Selama di perjalanan sang ibu mematahkan ranting-ranting kayu agar dapat menjadi tanda jalan untuk anak lelakinya pulang dengan selamat.

Dari tradisi kuno tersebutlah cerita kasih sayang seorang ibu yang ia ceritakan menginspirasi dirinya untuk memberikan pelayanan yang terbaik sebagai seorang Customer Service. Prinsip yang ia pegang teguh tersebut tentu membuahkan hasil. Yakni, di tahun 2019 dengan jerih payah usahanya Afrilia memenangkan medali Gold pada kategori The Best Customer Service di ajang The Best Contact Center Indonesia. Kasih sayang dan ketulusan yang diberikan kepada wajib pajak membawanya terus maju untuk menggapai cita.

Bergabung dengan Kring Pajak 1500200 sejak Juli 2017, sebagai seorang Customer Service tentu Afrilia memiliki tugas dan tanggung jawab yang biasa ia sebut 3S. Huruf S yang pertama adalah *Sosialisasi*, yakni melakukan sosialisasi terkait dengan peraturan perpajakan kepada wajib pajak. S yang kedua adalah *Service*, yakni memberikan pelayanan perpajakan seperti pembuatan NPWP, pembuatan kode Billing pembayaran, dan juga pelaporan SPT tahunan. S yang terakhir adalah *Solusi*, yaitu memberikan solusi mengenai masalah perpajakan.



Untuk bisa melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik, wanita kelahiran Malang ini menguasai 3 kompetensi. Kompetensi pertama adalah *Advance Knowledge*. Banyaknya peraturan yang ada di KLIP DJP mengharuskan Afril untuk memilih secara tepat salah satu peraturan pajak untuk menangani permasalahan wajib pajak. Yang kedua adalah *Efective Resolution*, yakni kemampuan untuk menemukan metode untuk bekerja dengan mudah, cepat dan tentunya berfokus pada permasalahan wajib pajak. Terakhir adalah kompetensi *Influencer*, yakni kemampuan untuk memberikan sugesti yang positif agar wajib pajak percaya dan mau mematuhi kewajiban perpajakan.

Beberapa tahun belakangan KLIP DJP sedang gencar untuk mensosialisasikan programnya terkait pelaporan perpajakan secara e-filling. Tujuannya agar wajib pajak mau berpindah yang semula melakukan pelaporan secara manual beralih menjadi e-filling. Memang dengan kebijakan itu peningkatan e-filling setiap tahunnya meningkat hingga mencapai 76%. Jadi ada sekitar 24% wajib pajak yang masih secara manual datang ke kantor pajak untuk melakukan pelaporan. Mereka biasanya terkendala karena tidak bisa menggunakan teknologi yang berupa aplikasi terkini.

Dengan latar belakang tersebut Afril memiliki sebuah pengalaman dalam pelayanan. Ada seorang wajib pajak pensiunan yang dilayani olehnya pada Maret 2019 silam. Wajib pajak tersebut datang ke kantor pajak sekitar pukul 12 siang yang secara otomatis antrean sudah cukup panjang. Setelah menanti selama 2 setengah jam akhirnya wajib pajak bertemu dengan Afril di meja pelayanan dengan membawa secarik kertas bukti potong dan bukan kertas SPT tahunan, yang menjadi dokumen penting dalam pelaporan pajak. Mengetahui hal tersebut, wajib pajak panik dan merasa sia-sia sudah menunggu antrean selama 2 jam.

Dalam keadaan wajib pajak yang panik, Afril tidak bisa langsung menyelesaikan permasalahan. Di sini ia berusaha memanfaatkan kompetensinya sebagai *influencer* yaitu memberikan kata-kata positif yang ajaib. Dengan begitu wajib pajak tersebut merasa tenang bila mendengarkan kata-kata tersebut. Tidak hanya itu saja, Afril juga melakukan beberapa kreativitas utamanya dalam menyelesaikan permasalahan tersebut.

Kreativitas pertama ia beri nama *Plug and Smile,* yakni memasang salah satu senjata rahasianya berupa USB diffuser aroma theraphy yang mampu meredakan kecemasan selama 1 menit setelah menghirupnya secara stimultan. Disinilah wajib pajak berangsur-angsur merasakan ketenangan. Setelah itu Afril mulai menyerahkan kertas kosong SPT tahunan ke wajib pajak tersebut.

Alih-alih ingin mengisi lembaran SPT tersebut, wajib pajak ternyata tidak mengerti cara mengisi SPT tahunan miliknya. Dari 23 item yang ada di selembar kertas yang Afril berikan sebetulnya wajib pajak hanya perlu memindahkan 7 item ke SPT tersebut. Mengingat usia wajib pajak yang sudah lanjut dan juga seorang pensiunan, tentu Afril membutuhkan waktu kurang lebih 20 menit untuk menjelaskan secara pelan-pelan mengenai pemindahan data SPT tersebut.

Dengan kreativitas keduanya yakni *Magic File*, sebuah file yang sudah ia bolongi dengan rapih tujuannya adalah sebagai penanda bagian data yang seharusnya dipindahkan ke SPT tahunan. Afril pun mengajari wajib pajak tersebut dengan sabar

hingga mengerti cara memindahkan data SPT tahunan tanpa memakan waktu yang lama. Sambil membantu memindahkan data SPT, Afril pun menggali informasi mengenai wajib pajak. Ternyata wajib pajak datang ke kantor pajak bersama teman-temannya sebanyak 20 orang yang mana mereka semua adalah pensiunan yang lanjut usia.

"Dibungkus dengan kata-kata positif yang mampu membangkitkan semangat, saat membaca kata-kata tersebut wajib pajak memberikan senyum puasnya sambil mengucapkan terima kasih."

Adanya *Magic File* yang dibuat oleh Afril tersebut mampu mempersingkat waktu untuk menjelaskan pemindahan SPT Tahunan yang sebelumnya membutuhkan waktu 20 menit untuk menangani1 orang, kini dapat ditekan menjadi 10 menit untuk menangani 20 orang. Tentunya, dengan pelayanan yang baik, Afril mampu menyelesaikan permasalahan tersebut. Pelayanan masih berlanjut, ternyata wajib pajak bersama teman-temannya mengambil sebuah permen di meja pelayanan. Permen tersebut bukanlah permen biasa. Permen tersebut merupakan kreativitas terakhir Afril yakni *Quotes Candy*. Dibungkus dengan kata-kata positif yang mampu membangkitkan semangat, saat membaca kata-kata tersebut wajib pajak memberikan senyum puasnya sambil mengucapkan terima kasih.

Pastinya pelayanan baik yang berkualitas menciptakan hasil yang memuaskan. Kreativitas yang dilakukan Afril mampu mengefesiensikan waktu pelayanan terhadap 20 wajib pajak yang seharusnya selesai dalam 400 menit. Kini Afril hanya memakan waktu selama 10 menit untuk melayani 20 wajib pajak. Tentunya ia pun juga dapat pulang tepat waktu untuk menghindari lembur, dan yang terpenting adalah membangun citra positif instansinya bahwa melapor SPT itu mudah.

Kreativitas dan kompetensi Afril pun berpengaruh pada KPI nya selama bulan Januari sampai Juni 2019 yang di atas rata-rata. Terbukti dari tingkat kehadiran yang 100% tanpa mangkir. Juga dari prosedur yang mampu melebihi target yang telah ditentukan yakni 90%. Kemudian dari kreativitas *Magic File* yang ia ciptakan mampu mencapai target kuantitas 100%. Yang

terakhir dari sisi kualitas yang berupa survey respon dari para wajib pajak yang melebihi target 90% membuktikan mereka puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Afril.

Pencapaian tersebut tidak serta merta membuat Afril puas, masih banyak hal-hal lain yang ia ingin capai demi perbaikan dan peningkatan pelayanan terhadap wajib pajak. Ia terus berupaya mengembangkan kemampuan-kemampuan yang dimiliki untuk melayani wajib pajak dengan sepenuh hati. ✆

Service Inside Out

Alvin Juliansyah
Pemenang Gold The Best Agent Premium
Blibli, PT Global Digital Niaga

Bergabung dengan Blibli sejak 2015 sebelumnya Alvin Juliansyah memiliki segudang pengalaman dalam dunia contact center. Pengalamannya dimulai di tahun 2010 saat ia pertama kali berkecimpung sebagai Agent. Dari Agent Asuransi, Agent Properti, hingga Agent Perbankan semua telah Alvin jalani. Kini dirinya melanjutkan karirnya sebagai Agent Premium pada 2017 di perusahaan e-commerce karya anak bangsa.

Terlahir dengan kiat kegigihan yang tinggi, membuat Alvin terus membuktikan bahwa dirinya adalah Agent yang dapat diandalkan. Terbukti pada tahun 2019 saat ia mengikuti perlombaan The Best Contact Center Indonesia, Alvin mewakili Blibli memenangkan medali Gold pada kategori The Best Agent Premium. Dalam ajang tersebut Alvin unjuk kepiawaiannya dalam menyampaikan materi presentasi yang bertemakan makanan kesukaannya, yakni sushi.

Keberhasilannya membawa sebuah medali Gold pada perlombaan The Best Contact Center Indonesia adalah salah satu motivasi besar untuk Alvin terus maju. Layaknya seorang Chef sushi profesional, untuk menghasilkan sushi yang enak maka Chef tersebut harus belajar dari dasar. Sama seperti Alvin, untuk menjadi seorang Agent Premium yang profesional dirinya harus belajar dari dasar.

Ditempatkan di divisi Customer Relation & Crisis Management atau yang biasa disebut dengan CRCM, Alvin memiliki 4 aspek tugas. Diantara keempat aspek tugas tersebut adalah menjaga relasi dengan VIP dan Premium Customer. Kemudian melakukan tindakan preventif dan recovery action dengan menjalankan proses mitigasi jika terjadi hal yang mengganggu nama baik perusahaan. Merubah complaint menjadi sebuah compliment, serta menjadi internal counselor.

Perlunya dukungan dan parameter yang Alvin miliki untuk kelancaran tugasnya, beberapa kompetensi pastinya telah ia kuasai. Sama seperti seorang Chef sushi yang harus tahu apa saja resep yang ada di buku menu, tentunya Alvin juga memiliki kemampuan Product Knowledge yang merupakan suatu keharusan bagi dirinya. Kemampuan Interpersonal Skill juga tidak kalah penting untuk membantu dalam menjalin relasi dengan pelanggan. Yang terakhir adalah memiliki kemampuan pemikiran yang Out of the Box. Apabila diibaratkan makan di sebuah tempat makan yang menyajikan makanan sushi, salah satu menu ditambahkan parutan keju oleh salah satu Chef. Hal tersebut bertujuan untuk memberikan cita rasa yang berbeda agar orang-orang yang kurang suka dengan sushi dapat makan menikmati sushi bersama-sama. Jadi kemampuan berpikir Out of the Box adalah salah satu kompetensi yang penting.

Sebuah pengalaman berkesan dialami oleh Alvin dalam menjalankan tugasnya sebagai Agent Premium. Suatu ketika di hari Sabtu Semester awal tahun 2019 dirinya melihat sesosok ibu, yang merupakan pelanggan Blibli, sedang memasukkan laporan percepatan pengiriman yang sangat penting ke kantornya. Melihat laporan tersebut, Alvin berinisiatif menghubungi pelanggannya menanyakan permasalahan apa yang dialami pelanggan. Ada beberapa perhatian dalam percakapan yang diterima oleh Alvin. Pelanggan tersebut

menyampaikan bahwa ia membeli sebuah Handphone untuk dihadiahkan kepada orang tuanya. Sayangnya pada hari Sabtu tersebut orang tuanya harus kembali ke kampung halaman yang berada di daerah Jawa Tengah.

Alvin meyakinkan diri bahwa seharusnya jika pelanggan melakukan pemesanan di hari tersebut dengan alur yang normal pesanan sudah dapat sampai di hari itu juga. Namun, ketika Alvin melakukan konfirmasi ke toko yang menyediakan barang yang dipesan, pemilik toko berkata bahwa barang yang dipesan tersedia di hari Senin. Menghadapi situasi yang rumit, Alvin tetap berupaya memberikan pelayanan yang terbaik, karena pelayanan Blibli merupakan pelayanan premium agar menjaga kepuasan pelanggan. Ia lantas menyampaikan kendala yang dihadapi kepada pelanggan dan menjamin bahwa Handphone tersebut akan segera sampai. Agar momen Bahagia pelanggan dan orang tuanya tidak terlewatkan.

Berhubung sudah memberikan jaminan kepada pelanggan, maka di hari Sabtu yang biasanya karyawan lain sedang santai kini Alvin harus melakukan berbagai kreativitas dengan menghubungi beberapa toko mencari produk Handphone tersebut. Tantangan yang dihadapi saat itu cukup sulit mencari Handphone yang tersedia secara langsung. Alhasil dari jerih payahnya ada satu toko yang menyediakan barang yang dicarinya dengan menyediakan 4 versi tipe warna yang lengkap.

Selesai melakukan kreativitas menghubungi berbagai toko, kemudian pelanggan pun menghubungi Alvin melalui Whatsapp dan mengatakan bahwa di hari Sabtu tersebut pelanggan sibuk dan tidak dapat datang ke Blibli. Pelanggan meminta Alvin untuk mengirimkan pesanan tersebut ke daerah Gambir. Sebagai seorang Agent Premium Alvin selalu mengandalkan pelayanan premiumnya untuk melayani pelanggannya. Dengan semangat ia menyanggupi untuk mengantarkan pesanan tersebut ke Gambir.

Mencanangkan keputusan bersama dengan pelanggan, Alvin menuju ke Gambir di luar jam kerja pada hari Sabtu malam. Suasana ramai di malam itu yang menyelimuti sekitar jalan menuju Gambir, tidak mematahkan semangat Alvin untuk menembus macetnya Jakarta bertemu dengan pelanggannya.

Sesampai di Gambir, ia mengalami sedikit kesulitan untuk menemui pelanggannya. Sebelumnya Alvin tidak tahu seperti apa wajah dan perawakan pelanggan tersebut. Kemudian ia mengarahkan pelanggan menuju ke sebuah coffee shop untuk bertemu dengannya yang saat itu sedang mengenakan kaus berwarna merah. Semua strategi dan kreativitasnya berhasil dilaksanakan tepat waktu dan tidak ada kendala yang berarti.

"Melakukan pelayanan yang dilandasi ketulusan dan keikhlasan, terbayar dengan ungkapan terima kasih dari pelanggan."

Melakukan pelayanan yang dilandasi ketulusan dan keikhlasan, semua pengorbanannya terbayar dengan ungkapan terima kasih dari pelanggan. Rasa lelah yang ada di tubuh Alvin pun hilang begitu saja. Pelanggan merasa puas sebab ia merasa terprioritaskan, sehingga hari itu juga pelanggan dapat memberikan handphone yang dipesannya kepada orang tuanya.

Ide dan kreativitas yang dilakukan Alvin tersebut tidak jauh dari proses pengembangan diri yang dilakukan. Sebagai Agent Premium ia tidak mau tertinggal informasi, sehingga setiap hari Alvin selalu mengetahui informasi yang sedang terjadi di sekitar. Alvin juga selalu melakukan olahraga dengan panduan aplikasi olahraga yang ada di handphone pribadinya, agar kondisi badannya selalu fit untuk beraktivitas. Tidak lupa dirinya untuk selalu melakukan kegiatan berbagi ilmu bersama rekan-rekannya mengenai pengalaman pelayanan yang sering dihadapi. Hal ini bermanfaat bagi Alvin, apabila kedepannya dia mendapatkan kasus pelayanan baru, dia sudah mengetahui cara yang tepat dalam menghadapi pelanggan.

Pengembangan diri dan kegigihannya dalam memberikan pelayanan yang terbaik ternyata mampu mendapatkan sebuah pencapaian nilai Key Performance Indicator yang nyaris sempurna di semester pertama tahun 2019. Dengan konsisten nilai Sharing Session dan Story Maker berada di angka 100%, nilai AHA momen yang mencapai 100%, nilai Service Level

Agreement yang selalu melebihi target yang telah ditetapkan yakni 75% juga nilai kedisiplinan yang melebihi target 90%.

Motivasi pengembangan yang membuat seluruh nilainya baik, Alvin selalu berkeinginan untuk berbagi mengenai apa ilmu yang dimiliki untuk menjadi seorang Service Consultant. Dari segi karir, ia juga menginginkan untuk ada di lini manajerial agar pengalamannya tetap bisa diberikan dan bermanfaat bagi perusahaan. Melihat perkembangan zaman yang semakin pesat, Alvin merasa bahwa jika hanya menguasai bahasa Inggris dirasa cukup kurang. Ia melakukan penambahan belajar bahasa asing agar dapat lebih mahir dalam berbahasa asing yang dapat memberikan nilai tambah dirinya.

Dari pengalaman yang telah dilaluinya, Alvin mengutip sebuah kalimat motivasi dari seorang Bill Gates, "Your most unhappy customers are your greatest source of learning". Arti dari kalimat tersebut lah yang selalu dipegang teguh oleh Alvin, maka ia menganggap bahwa komplain adalah pembelajaran paling baik untuknya belajar. ✆

Pelayanan Hospitality Approach

Anggel Liza Kusmia
Pemenang Gold The Best Agent English
Kring Pajak 1500200, KLIP DJP, Kementerian Keuangan

Sebuah peribahasa asal ranah Minang "Limpapeh rumah nan gadang, panyusun sumarak rumah tanggo. Tiang kokoh budi nan elok, hiasan dunia jo akhirat". Menggambarkan bahwa seorang wanita di Minangkabau sangatlah berharga, layaknya tiang penyangga dan cahaya dalam keluarga. Sebagai panutan, ia memiliki perilaku juga kekuatan untuk mengatur, menjaga kedamaian serta keutuhan rumah tangga. Kemudian mampu menjadikannya hiasan dunia dan akhirat yang taat pada agama. Peribahasa tersebut dilontarkan oleh Anggel Liza Kusmia saat mengikuti ajang tahunan The Best Contact Center Indonesia 2019. Mewakili Kring Pajak, sosok wanita asal Sumatera Barat ini berhasil memenangkan penghargaan Gold pada kategori The Best Agent English.

Anggel meneruskan pendidikan D3nya di STAN jurusan Akuntansi. Pada 2018 ia memulai karirnya sebagai Agent Inbound di Kring Pajak 1500200. Sebagai seorang Agent English, Anggel memiliki 3 tugas dan tanggung jawab seperti memberikan informasi terkait perpajakan kepada wajib pajak, membantu wajib pajak menggunakan aplikasi perpajakan, dan mengeskalasikan permasalahan wajib pajak ke unit selanjutnya.

Selama bertugas sebagai Agent English, wanita berwajah manis ini memiliki banyak pengalaman dalam pelayanan. Terutama dalam menangani banyaknya masalah perpajakan Penanam Modal Dalam Negeri (PDMN) dan Penanam Modal

Asing (PMA). Anggel mengungkapkan bahwa Penanam Modal Asing di Indonesia saat ini didominasi oleh Singapura, Jepang, Hongkong, Malaysia, dan China. Tentunya, para PMA ini membutuhkan informasi mengenai kebijakan perpajakan di Indonesia.

Di sinilah peran Anggel untuk membantu mereka menyampaikan informasi terkait perpajakan di Indonesia. Untuk dapat melaksanakan tugasnya, Anggel memiliki 3 kompetensi dasar yang mendukungnya dalam memberikan pelayanan. Diantaranya adalah pengetahuan mengenai peraturan perpajakan, kemampuan berbahasa Inggris dan kemampuan menggunakan aplikasi. Namun dari semua kompetensi dasar tersebut, Anggel memiliki 3 kompetensi lain yang lebih spesial, seperti *tax analyst, adaptive person* dan *technology integrator*.

Masalah yang diajukan wajib pajak mendorong Anggel untuk menganalisa permasalahan dan mengetahui yang mereka butuhkan. Dengan demikian ia mampu memberikan jawaban yang tepat dan akurat. Anggel juga merupakan orang yang sangat adaptif dan terbuka. Ia selalu membiasakan dirinya untuk membaca dan mempelajari suatu hal yang baru seperti mempelajari budaya, orang, dan juga bahasa. Selain itu, Anggel memiliki kemampuan dalam pengaturan aplikasi perpajakan. Hal ini dapat membantunya untuk memberikan panduan terkait aplikasi perpajakan kepada wajib pajak.

Pada semester 1 di tahun 2019, Anggel memiliki pengalaman menarik terkait pelyanannya. Saat itu pertama kalinya Anggel mendapati telepon dari seorang wanita menggunakan Inggris dengan aksen Jepang. wajib pajak tersebut merupakan seorang pendatang baru di sebuah perusahaan di Jakarta. Ia pun juga tidak terlalu fasih dalam berbahasa Inggris maupun bahasa Indonesia. Walaupun begitu Anggel mampu mengerti permasalahan yang disampaikan.

wajib pajak tersebut mempertanyakan mengenai perizinan untuk tinggal di Indonesia secara permanen dan aturan hukumnya. Ia juga ingin melakukan administrasi terkait dengan identitasnya mengingat ia memiliki kontrak kerja selama kurang lebih 3 tahun di Indonesia. Dengan permasalahan yang disampaikan oleh wajib pajak asing tersebut, Anggel memiliki 3 tantangan yang harus diselesaikan.

Tantangan pertama adalah *Knowledge Disaster*, dengan wajib pajak yang tidak mengetahui konsep perpajakan yang di Indonesia karena berbeda dengan negara asalnya. Namun dengan tantangan tersebut, Anggel mempersiapkan kreativitas *Zero in on* dengan melakuan *Magic Question* dan *Ask Me Challenge*. *Magic Question* dilakukan untuk dapat mengontrol pembicaraan dengan menanyakan pertanyaan yang spesifik.

Sementara *Ask Me Challenge* juga penting dilakukan agar jawaban Anggel dapat diterima dengan baik oleh wajib pajak. Dengan menggunakan pembahasan khusus yang fokus pada 5 Negara Investor besar di Indonesia termasuk Jepang. Anggel memberikan penjelasan mengenai perbedaan konsep perpajakan antara Jepang dan Indonesia dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh wajib pajak asing tersebut.

Tantangan kedua adalah tantangan dalam berkomunikasi. Pelafalan bahasa Inggris menggunakan aksen Jepang yang disampaikan menjadi perhatian utama bagi Anggel. Namun, tidak mau berhenti begitu saja, Anggel kemudian melakukan sebuah kreativitas cemerlang yang ia beri nama *o.mo.te.na.shi* atau pendekatan. Anggel mencoba untuk dekat dengan wajib pajak menggunakan *Hospitality Approach*, seperti menggunakan aksen Jepang, menyebutkan nama wajib pajak dengan penyebutan yang ada pada budayanya, juga mengucapkan salam yang biasa dilakukan oleh warga Jepang pada umumnya.

Tantangan yang terakhir adalah *inefficiency of delivery process* yakni sedikitnya translator Inggris yang membuat sulit para Agent untuk menyampaikan dan memberikan informasi kepada wajib pajak. Anggel pun mengatasinya dengan membuat kreativitas Angiepedia. Yaitu dengan

menyederhanakan istilah perpajakan, membuatnya dalam versi Inggris dan merekam segala informasi terkait perpajakan. Hal tersebut dapat ia lakukan karena ia sudah memiliki aplikasi multi memo yang selalu digunakan untuk menulis catatan, menggambar dan merekam suara.

Dari semua tantangan dan kreativitas yang dilakukan oleh Anggel tentu membuahkan hasil yang memuaskan. Dari kreativitas *Zero in on*, ia mampu memberikan dan mendapatkan jawaban yang efisien dan mencapai target AHT. Melakukan kreativitas *O.mo.te.na.shi* bagi wajib pajak menghasilkan perasaan dan komunikasi yang baik seperti merasa ada di negaranya. Kemudian untuk hasil dari Angiepedia, ia tidak perlu melanjutkan eskalasi kepada unit berikutnya karena ia mampu menangani permasalahan wajib pajak dalam satu kali kontak.

Hasil dari kreativitas yang Anggel lakukan tak lepas dari pengembangan diri yang terus ia jalani. Ia selalu mengikuti kursus bahasa juga Inhouse training untuk mengembangkan softskill yang ia miliki. Anggel juga aktif menjadi sukarelawan dalam kegiatan English to Knock the Door atau yang biasa disebut ETKTD. Yang tidak kalah penting adalah ia juga masih terus aktif untuk berlatih tarian daerah sebagai bentuk kecintaannya pada Indonesia.

Pengembangan diri yang dilakukan tentu berdampak pada nilai Key Performance Indicator Anggel di bulan Januari hingga Juni 2019. Call per hour meningkat melebihi dari target yang telah ditetapkan, nilai Quality Score yang mencapai angka 100, Customer Efficiency Rate yang terus meningkat melebihi target juga nilai Kedisiplinan atau Adherence to Schedule yang mencapai 100%.

Pencapaian yang telah diraih tidak menjadikan Anggel terus berhenti dan berbangga diri. Ia masih memiliki impian yang lebih dari yang kini ia capai dengan berbagai motivasi yang ia miliki yaitu melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi di bidang Akuntansi. Dengan begitu ia mampu meningkatkan pengetahuan dan skill nya dalam melakukan pelayanan dan berkontribusi nyata bagi Negara. Selain itu ia kedepannya ia termotivasi untuk menjadi Team Leader Agent English juga

menciptakan aplikasi pengetahuan dasar perpajakan dengan menggunakan bahasa Inggris. ✆

Kepo Time dan Travel Time Therapy

Annisa Mawarni Permatahati
Pemenang Gold The Best Agent Inbound
Kring Pajak 1500200, KLIP DJP, Kementerian Keuangan

Bergabung dengan Kring Pajak 1500200 sejak tahun 2017 sebagai Agent Inbound, Annisa Mawarni Permatahati memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab. Tugas tersebut seperti memberikan informasi seputar laporan perpajakan kepada wajib pajak, memberikan panduan mengenai penggunaan aplikasi perpajakan dimulai dari cara menginstall hingga cara menggunakan aplikasinya, dan melakukan proses administrasi serta pencatatan pada sistem. Untuk melaksanakan tugas dan tanggung dengan baik, tentu Annisa memiliki sederet kompetensi.

Kompetensi yang Annisa miliki terdiri dari 3 kompetensi. Kompetensi pertama adalah Cakap pengetahuan, yaitu pengetahuan mengenai kompleksnya peraturan perpajakan dan penggunaan puluhan aplikasi perpajakan. Yang kedua adalah pemecahan masalah jitu untuk para wajib pajak. Kompetensi yang ketiga adalah Annisa mampu menjadi komunikator yang andal, yakni dirinya dapat mengkomunikasikan solusi dengan cara yang efektif sehingga wajib pajak lebih cepat mengerti solusi yang disampaikan.

Dengan beberapa kompetensi yang dimiliki oleh Annisa, dirinya diberikan kesempatan untuk mengikuti ajang The Best Contact Center Indonesia 2019. Dalam ajang tersebut, Annisa mengikuti lomba Individual dengan membawakan presentasi yang berjudul Lorong Waktu. Judul tersebut terinspirasi dari

sebuah sinetron Lorong Waktu yang dibawakan oleh aktor senior Deddy Mizwar dan aktor lainnya, seperti Jourast Jordy bersama dengan Hefri Olifian.

Dalam kesempatan ini, Annisa memutar balik kisahnya dalam melakukan pelayanan kepada wajib pajak. Setelah hampir dua tahun melayani, sudah sangat banyak hasil pelayanan yang Annisa dilakukan. Salah satunya adalah pelayanan yang diberikan kepada seorang wajib pajak wanita.

Berkesinambungan dengan judul yang dibawakan olehnya, Annisa menceritakan 3 permasalahan yang pernah ia hadapi. Salah satu wajib pajak yang ia hadapi memiliki stigma yang buruk terhadap kantor pajak dengan berbagai latar belakang yang dimiliki. Untuk itu pada saat Annisa melakukan pelayanan, permasalahan pertama yang dialami adalah pertanyaan yang tidak spesifik ke sebuah topik pajak. Yang bersangkutan hanya menanyakan "Mbak, usaha saya bayar pajaknya berapa ya?". Hal tersebut membuat Annisa harus mencari tahu lebih dalam mengenai spesifikasi dan detail usaha serta pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak tersebut.

Permasalahan kedua adalah penelepon merupakan seseorang yang tinggi rasa ingin tahu, sehingga segala pertanyaan yang ada dibenaknya dipaparkan tanpa ada jeda. Masih berlanjut, pada permasalahan yang ketiga yakni adanya kekhawatiran akan sanksi yang besar. Untuk menyelesaikan semua permasalahan, akhirnya Annisa bertekad untuk melakukan 3 kreativitas yang dapat membantunya dalam menangani permasalahan yang dihadapi.

Kreativitas pertama yang dilakukan adalah melakukan Kepo Time yang terdiri dari Online Kepo dan Offline Kepo. Kepo saat Online yakni menggali informasi untuk memenuhi kebutuhan melalui pertanyaan pilihan, pertanyaan tertutup dan pertanyaan ya/tidak. Lalu untuk Offline Kepo yakni mencari tahu jawaban

atas informasi yang dibutuhkan wajib pajak dengan cara membuat Priority List yang disimpan ke dalam Kepo Bank. Kepo Bank ini merupakan kumpulan catatan yang berisi informasi-informasi wajib pajak, yang sewaktu-waktu dapat diinformasikan kepada wajib pajak yang lain.

"Kepo saat Online yakni menggali informasi untuk memenuhi kebutuhan melalui pertanyaan."

Kemudian kreativitas kedua yang dilakukan oleh Annisa adalah Time Travel Therapy yang terdiri dari 2 kegiatan yakni menenangkan dan mengarahkan Wajip Pajak. Bisa dipahami secara umum ada kekhawatiran wajib pajak yang tinggi atas nominal pajak yang harus dibayarkan, Annisa mencoba mengarahkan wajib pajak secara perlahan. Arahan ini berupa pembahasan atas pertanyaan yang diajukan secara satu persatu. Kemudian Annisa juga berupaya untuk menenangkan dengan cara menginformasikan ketentuan perpajakan secara tenang sehingga kekhawatiran yang tadinya meruncing tajam, kini berkurang secara perlahan.

Kreativitas yang terakhir adalah Talking With Style, yaitu Annisa menyesuaikan gaya bahasa dan intonasi sesuai dengan informasi yang diberikan kepada wajib pajak. Dengan demikian kalimat yang terucap dapat dipahami oleh wajib pajak tanpa adanya kesalahpahaman.

Setelah melakukan 3 kreativitas tersebut, akhirnya Annisa dapat menuai hasil. Yakni tingkat pemahaman wajib pajak mengenai perpajakan yang semakin meningkat, merasakan lega atas pencapaian yang dilakukan dan meruntuhkan stigma negatif dengan terbangunnya kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak usahanya. Tentunya hasil yang dicapai oleh Annisa bukan hanya itu, pengalaman yang dimiliki ini, disampaikannya kepada para juri The Best Contact Center Indonesia 2019. Dengan demikian Annisa Mawarni Permatahati mampu memenangkan medali Gold pada kategori The Best Agent Inbound yang telah diikuti. ✆

Atasi GAP dengan Program SQuent

Ary Patria Sanjaya
Pemenang Gold The Best Quality Assurance
Bravo Bea Cukai 1500225, DJBC, Kementerian Keuangan

Membuka presentasi dengan menjelaskan apa itu kualitas dan definisi operasional kualitas, Ary Patria Sanjaya siap untuk berbagi lebih lanjut mengenai pengalamannya sebagai seorang Quality Assurance di Bravo Bea Cukai 1500225. Ary berkewajiban menjamin kualitas pelayanan terbaik untuk masyarakat. Kualitas yang didefinisikan oleh suatu contact center jangan sampai memiliki perbedaan dengan kualitas yang diinginkan oleh customernya. Untuk itu contact center wajib menyinkronkan antara kebutuhan pelanggan dengan tujuan organisasi. Untuk itulah Ary hadir demi menjalankan seluruh kewajibannya.

Pria kelahiran Banyumas 30 tahun silam ini menyampaikan bahwa ia termasuk orang-orang yang berhutang kepada Negara karena telah mendapatkan beasiswa dua kali berturut-turut. Ary merasa sangat beruntung karena diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan D3 di STAN dan S1 di Universitas Jenderal Soedirman. Sebagai wujud bakti dan terima kasih terhadap Negara, sejak Agustus 2014 Ary melayani masyarakat Indonesia melalui Bravo Bea Cukai.

Bangga bisa bergabung bersama Bravo Bea Cukai, Ary juga merasa bersyukur karena berada di lingkungan kerja yang kental dengan suasana kekeluargaan. Dengan begitu membuatnya semangat dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab sebagai seorang penjamin kualitas. Ada dua bagian tugas dan

tanggung jawab yang Ary jalani. Yang pertama adalah mengukur dan meningkatkan kualitas Agent. Mengukur yang dimaksud adalah mencari dan mengetahui posisi kualitas yang diberikan kepada masyarakat, baik secara internal maupun eksternal. Selain melaksanakan survei, Ary melakukan penilaian kualitas melalui rekaman pelayanan. Kemudian memonitor kinerja operasional dan menganalisa hasil-hasil rekaman.

Dari tugas pertamanya, Ary kemudian mendapatkan informasi yang menjadi acuan untuk meningkatkan kualitas di Bravo Bea Cukai. Tugas keduanya adalah menjadikan acuan tersebut untuk mencarikan apa saja kebutuhan Agent. Kemudian melaksanakan kalibrasi dan merumuskan standar penilaian.

Untuk mendukung dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya, Ary memiliki beberapa kompetensi, seperti *Data Analytical, Coordinating, Reporting, Problem Solving* dan *Creativity*. Data merupakan suatu hal penting bagi penjamin kualitas untuk menentukan langkah-langkah perbaikan yang akan diambil. Dari situlah kemampuan menganalisa data menjadi kompetensi yang wajib Ary miliki. Sebagai seorang penjamin kualitas, Ary tidak hanya mampu menjamin informasi. Tetapi ia diharapkan mampu menjamin alternatif perbaikan yang akan diambil yang didukung dengan kreativitas, sehingga mampu menghasilkan informasi yang meningkatkan kualitas dari contact center tersebut.

Sudah seharusnya sebuah pelayanan publik memahami dan mengerti apa keinginan dari pelanggan atau masyarakat. Apa yang mereka inginkan adalah apa yang seharusnya lembaga berikan. Untuk itu sebagai penjamin kualitas di Bravo Bea Cukai, dengan bangga Ary mempersembahkan program kerjanya yang dinamakan “SQuent”. Yang diartikan S sebagai Satisfaction dan Q sebagai Quality. Apabila yang diinginkan masyarakat adalah S,

maka yang diberikan Bravo adalah Q. Dengan demikian Satisfaction = Quality, sehingga S/Q = 1.

Beberapa hal yang melatarbelakangi program tersebut adalah upaya merubah paradigma masyarakat yang dulunya Bea Cukai dianggap tidak bersahabat, kini justru sebaliknya. Bea Cukai kini dituntut memiliki wajah yang ramah ketika melayani. Msyarakat dan Bea Cukai harus selalu bersama untuk membangun perekonomian Negeri. Latar belakang yang kedua adalah data survei tahunan Bravo Bea Cukai. “Tanpa data, kamu adalah orang lain yang sedang memberikan opini”,jelas Ary saat mengutip salah satu kalimat yang menginspirasinya.

Ketika kembali dari pembelajaran, Ary langsung dipercaya menjadi seorang kordinator survei tahunan saat itu. Kemudian ia mengambil beberapa teori yang dimasukkan ke dalam beberapa dimensi seperti *tangible, empathy, responsiveness, reliability* dan *assurance*. Lalu dimensi tersebut diukur menggunakan Customer Satisfaction Index dengan skala 10. Setelah itu Ary menganalisanya dengan menggunakan *Importance Performance Analysis*.

Quality Assurance melakukan perbandingan antara kepuasan kinerja dengan yang diharapkan masyarakat. Dari analisa tersebut, Ary mengetahui adanya hal-hal yang dianggap sebagai kualitas ternyata kurang diinginkan oleh masyarakat. Begitu juga sebaliknya, ada hal yang menjadi prioritas bagi masyarakat, namun Bravo tidak memberikan perhatian yang lebih. 3 hal yang menjadi perbaikan Bravo pada saat itu adalah kemudahan untuk dihubungi, kecepatan dalam melayani dan kepastian dalam memberi jawaban. Tingkat Answer Call yang memiliki persentase 63% dan dapat dikategorikan sangat rendah. Kecepatan melayani yang mencapai 7 menit 45 detik tergolong pelayanan yang sangat lama. Yang terakhir tidak adanya kepastian dalam memberikan jawaban.

Latar belakang yang ketiga merupakan hal yang utama dan dianggap memisahkan antara Bravo dengan masyarakat. Jumlah tersebut terlihat ketika Ary membandingkan nilai kepuasan masyarakat dengan nilai kualitas. Di tahun 2017 kualitas yang diberikan Bravo mencapai 83,37%, sedangkan nilai kepuasan hanya mencapai 79,68%. Terdapat GAP atau selisih 3,69% yang

memisahkan Bravo dengan masyarakat. Juga kembali terjadi selisih yang sangat besar di tahun 2018, nilai kualitas yang meningkat 13,3% yakni menjadi 93,27%, dan nilai kepuasannya hanya 80,4%.

Data tersebut mengidentifikasikan bahwa kualitas pelayanan Bravo yang dianggap sudah berkualitas ternyata tidak dapat diterima sebagai layanan yang berkualitas oleh masyarakat. Untuk menghadapi itu semua, dibutuhkan beberapa kreativitas yang harus dilakukan. Kreativitas pertama yang dilakukan oleh Ary adalah melakukan *Purposive Monthly Survey* yang berguna untuk memonitor GAP atau selisih dan mengontrol kualitas pelayanan Bravo. Yang sebelumnya melaksanakan survei satu kali selama satu tahun, kini ditambah dengan survei bulanan.

Hal tersebut membuat Bravo mengerti dan merencanakan perbaikan yang lebih cepat. Kemudian poin menarik dari kreativitas pertama ini adalah Ary menggunakan sampel yang digunakan untuk rekaman dengan sampel yang akan disurvei. Dengan demikian nilai yang didapatkan nantinya bisa selaras dan komparatif. Selain itu Ary juga meminta masukan dari masyarakat dengan menceritakan pengalaman mereka untuk peningkatan kualitas Bravo.

Kemudian kreativitas kedua yang dilakukan oleh Ary adalah dengan *Quality Bravo Formulation*, yaitu memformulasikan sistem atau standar penilaian dengan hasil-hasil survei atau data-data yang didapat dari masyarakat. Yang pertama adalah ketika masyarakat menginginkan layanan yang cepat maka Bravo merubah layanan menjadi lebih natural. Yang kedua, Bravo menerapkan perubahan sifat. Apabila dalam menjawab panggilan awalnya bersifat prosedural, kini tergantung dari kompetensi masing-masing Agent. Yang ketiga, memasukkan elemen waktu sebagai standar pilihan. Yang keempat, memasukan elemen kepuasan sebagai bobot dari nilai kuantitas tiap Agent. Dengan begitu diharapkan Agent tidak puas apabila mereka mendapatkan nilai kualitas yang tinggi, tetapi mereka puas ketika masyarakat merasa puas.

Untuk membantu kinerja Ary sebagai penjamin kualitas, ia menciptakan kreativitas ketiga yakni *Agent Quality Card*. Sebuah Agent Pivot Digital yang dapat diakses oleh setiap orang yang

memiliki kepentingan, sehingga dapat dengan mudah menganalisa hasil dan kebutuhan dari tiap-tiap Agent. Dengan adanya kerjasama yang handal, kreativitas yang dilakukan Ary benar-benar membuahkan hasil. Dari program SQuent tersebut nilai kualitas yang dihasilkan di tahun 2019 periode Januari hingga Juni mencapai penurunan yang tadinya 93,27% kini menjadi 91,36%. Hal tersebut diimbangi dengan naiknya nilai customer satisfaction yang awalya hanya mencapai 80,14% kini menjadi 90,15%. Tentu hal tersebut merupakan sebuah kebanggan bagi Ary karena dapat meningkatkan nilai kepuasan masyarakat sebesar 10,01%. Ia juga mampu mengurangi GAP yang ada antara masyarakat dengan Bravo, yang awlnya 13,13% menjadi 1,21%.

Bukan hanya itu, Ary juga mampu menurunkan waktu layanan yang tadinya 7 menit 45 menit kini hanya membutuhkan waktu 5 menit 35 detik. Hasil tersebut juga berpengaruh pada nilai KPI Ary pada tahun 2019 di semester pertama. Persentase Customer Satisfaction yang melebihi target yang sudah ditetapkan yakni 85%, First Call Resolution yang terus meningkat melebihi 91%, nilai Quality Score yang berangsur-angsur naik dari target yang telah ditetapkan 90%.

Keberhasilan yang diraih oleh Ary tentu sangat membanggakan. Program tersebut juga yang mengantarkan Ary meraih kemenangan dengan memperoleh medali Gold pada kategori The Best Quality Assurance di ajang The Best Contact Center Indonesia 2019. Tidak cepat berpuas diri, dengan hasil manis yang dicapai Ary tetap terus melakukan pengembangan diri. Ary selalu membaca agar ilmu pengetahuan yang dimiliki semakin luas. Bagi Ary, tidak ada kata “tidak” dalam membaca, pengetahuan menjadi sangat penting untuk menyelesaikan masalah. Ia juga selalu mengikuti pelatihan certified contact center dan melakukan site visit ke contact center lain agar dapat terus memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat ✆.

Program CRM Lite

Dellia Airyn
Pemenang medali Gold kategori The Best IT Support
Halo BCA, PT Bank Central Asia, Tbk

Masih banyak orang yang mengaitkan pekerjaan IT Support dan Programmer sebagai pekerjaan yang hanya dapat dilakukan oleh kaum pria. Dapat dilihat dari sebuah survei yang dilakukan oleh salah satu komunitas Programmer di awal tahun 2019, dari 85 ribu responden hanya 7,9% saja Programmer wanita. Kini Dellia hadir sebagai salah satu perwakilan dari 7,9% tersebut.

Menjadi salah satu perwakilan dari PT Bank Central Asia Tbk, Dellia mengikuti ajang The Best Contact Center Indonesia 2019 dan mampu meraih medali Gold di ajang tersebut. Pertama kalinya mengikuti ajang The Best Contact Center Indonesia pada 2019, Dellia Airyn mengaku sangat tegang. Karena menurutnya, soal tes tertulis yang diikuti cukup sulit dari yang diperkirakan. Namun itu semua bukan halangan bagi Dellia untuk terus berusaha meraih kemenangan.

Wanita kelahiran Malang 8 Juli 1995 ini membawakan materi presentasinya di hadapan para dewan Juri. Lulusan S1 Teknik Informatika Universitas Brawijaya, Malang ini merupakan mahasiswa yang aktif dalam berorganisasi di kampusnya saat itu. Setelah lulus, Dellia bergabung dengan Halo BCA pada tanggal 2 Juli 2018. Di Halo BCA lah sehari-harinya ia dapat mengembangkan ide serta kreativitas untuk teknologi contact center.

Sebagai seorang IT Support, Dellia memiliki sederet tugas dan tanggung jawab, seperti Provide IT Solution atau menganalisa sebuah ide bisnis dapat diubah menjadi sebuah ide teknologi yang nantinya lebih mudah digunakan oleh user. Selanjutnya dari ide bisnis yang telah diubah tersebut, ia membuatnya ke dalam sebuah pemrograman web atau aplikasi yang disebut dengan Web & Apllication Development. Dellia juga bertugas untuk menjaga aplikasinya agar dapat diakses 24 jam tanpa downtime.

Untuk melaksanakan setiap tugas dan tanggung jawab yang diemban, Dellia memiliki beberapa kompetensi yang sangat membantunya. Kompetensi tersebut diantaranya Analytical Thinking, yang sangat bermanfaat ketika ia menganalisa sebuah ide bisnis menjadi ide aplikasi yang dibutuhkan oleh user. Yang kedua, biasanya orang berpikir bahwa IT Support hanya bekerja dibalik computer saja, tetapi Dellia tidak. Untuk itu kompetensi yang ia miliki adalah People Interaction & Collaboration. Dellia mendapatkan kompetensi tersebut ketika menjadi seorang pengurus Badan Eksekutif Mahasiswa ketika Dellia berkuliah. Juga Programming Skill yang menjadi satu kemampuan yang wajib dimiliki.

Berbicara tentang Program Kerja, dengan kompetensi yang dimiliki, Dellia menciptakan sebuah Program bernama Develop CRM LITE untuk HALO BCA. CRM sendiri adalah aplikasi yang bisa memasukkan berbagai macam informasi, keluhan maupun permintaan dari nasabah. CRM sendiri adalah program yang sangat powerful karena dapat melihat single view masing-masing nasabah. Tetapi program kerjanya ini sangat berbeda karena ia membuat sebuah aplikasi CRM untuk anak perusahaan dan mengintegrasikannya pada Halo BCA.

Halo BCA saat ini bisa melayani nasabah-nasabah anak perusahannya juga. Yang disayangkan bagi Dellia adalah

aplikasi CRM yang digunakan terpisah-pisah sehingga tidak adanya integrasi antara anak perusahaan dan induk perusahaannya, BCA. Dellia mencoba mencari tahu dan melakukan perbaikan terhadap CRM yang digunakan oleh masing-masing anak perusahaan tersebut. Saat mencoba melakukan perbaikan, banyak kekurangan yang dimiliki oleh CRM sebelumnya, seperti tampilan desktop yang kuno, sulitnya dalam proses install aplikasi, kurang amannya data-data yang ada, dan sukar dalam pemeliharaan. Kelemahan lain dalam aplikasi tersebut adalah Fitur yang digunakan kurang membantu dengan kebutuhan yang saat ini diperlukan. Untuk itu bagi Dellia, aplikasi CRM tersebut menjadi sebuah permasalahan yang wajib diselesaikan.

"Ia menggunakan metode framework SCRUM yang dirasa dapat lebih cepat mengembangkan dan lebih sesuai dengan teknologi saat ini."

Dellia membuat program CRM LITE untuk HALO BCA dengan 6 kreativitas. Kreativitas yang pertama adalah Preparation, dalam kreativitas ini dirinya melakukan 2 hal yakni stakeholder meeting atau orang-orang yang akan menggunakan aplikasi tersebut dan User Requirement through Site Visit atau melihat secara langsung para Agent menggunakan aplikasi yang telah diciptakan.

Kemudian untuk kreativitas kedua adalah menggunakan metode framework SCRUM yang dirasa dapat lebih cepat mengembangkan dan lebih sesuai dengan teknologi saat ini. Yang ketiga adalah kreativitas spesifikasi target yang dibagi ke dalam tiga target, diantaranya adalah target pengguna, target biaya dan target waktu penyelesaian. Ia pun berpikir mengenai cara aplikasi yang diciptakan tersebut murah namun pengerjaannya cepat, sehingga efisiensi dan efektivitas tercapai semuanya. Kreativitas keempat adalah Development dengan menggunakan berbagai macam Open Source atau sumber pengembangan untuk kemajuan diri dan perusahaan.

Kelima adalah kreativitas Implementation atau Implementasi. Sebelum Dellia melakukan Implementasi, ia melakukan Pre-Implementasi terlebih dahulu dengan memajukan aplikasi sebagai salah seorang trainter bagi Agent yang nantinya akan menggunakan aplikasi CRM LITE tersebut. Kreativitas terakhir yang Dellia lakukan adalah Evaluation atau evaluasi mengenai penggunaan sistem dan penanganan keluhan. "Developing more and more" yang mana jika ada kekurangan dari sistem aplikasi yang Dellia buat, ia akan selalu melakukan perbaikan. Apabila sistemnya sudah baik dan benar ia akan berusaha mempertahankannya dan mengembangkannya menjadi lebih baik lagi.

Hasil dari keenam kreativitas aplikasi CRM yang Dellia buat menghasilkan integrasi antara perusahaan induk dan anak perusahaan. Hal tersebut karena Dellia membangun aplikasi dengan web-based dan menggunakan teknologi Open Source. Hasil lainnya yang diperoleh dari program dan kreativitas yang dilakukan Dellia adalah efektif IT Resources, yakni membuat aplikasi jitu dengan seorang anak magang di BCA. Kemudian improvement yang dimiliki oleh CRM LITE yang tidak dimiliki oleh aplikasi sebelumnya yaitu fitur Customer Search dan Dashboard yang berfungsi untuk mengawasi permintaan yang diberikan oleh nasabah. Seperti yang sudah dijelaskan bahwa aplikasi CRM merupakan aplikasi powerful yang bisa melihat single view nasabah, aplikasi CRM LITE yang dibuat ini memiliki 4 pilihan pencarian nasabah. Ia juga memiliki To Do Tabulation dan memiliki Single View Customer. Hasil lainnya yang paling terlihat adalah biaya yang dikeluarkan untuk membangun aplikasi CRM LITE ini cukup efisien dan efektif dari CRM sebelumnya.

Tidak hanya berhasil mengembangkan aplikasi, Dellia juga selalu mengembangkan kemampuan dirinya sebagai seorang IT Support. Layaknya mengikuti e-learning dengan mengambil materi mengenai teknis IT dan juga soft skill serta memperdalam ilmunya ketika S1 dengan bergabung menjadi magister Teknologi Informasi di Universitas Indonesia.

Untuk pencapaian kinerjanya berturut-turut selama Januari sampai Juni di 2019, Dellia bisa merespon setiap permasalahan

yang ada karena ia selalu stand by 24 jam. Ia tidak melebihi waktu respon yang telah ditetapkan lebih dari 10 menit. Juga setiap permasalahannya bisa cepat ia tangani dibawah target waktu 66 menit yang ditentukan karena Dellia paham betul dengan aplikasi yang dibuat. Nasabah pun turut senang, terlihat dari nilai CSAT yang melebihi target 92%, karena aplikasi yang dibuatnya terhubung langsung dengan contact center, maka aplikasinya pun tidak pernah mengalami down time sekalipun. Untuk ke depannya, Dellia akan terus mengembangkan aplikasinya dan mengintegrasikan dengan Big Data dan ia juga ingin mengumpulkan seluruh data-data dari perusahaan anak untuk meneliti dan melihat kebutuhan apa yang masih belum tercapai. ✆

Program Fastabiqul Khairat Pada Social Media

Endar Darmindra
Pemenang Gold Best of The Best Agent Digital
Bravo Bea Cukai 1500225, DJBC, Kementerian Keuangan

Endar mengawali karirnya sebagai Agent Inbound pada tahun 2014 di Bravo Bea Cukai. Sejak Oktober 2017 Endar Darmindra dipercaya untuk bertugas sebagai Agent Social Media. Pria kelahiran Jakarta, 28 Juli 1991 ini berkesempatan untuk mengikuti ajang bergengsi The Best Contact Center Indonesia 2019. Doa dan usaha kerasnya membuahkan hasil nyata. Endar membuktikan dirinya mampu meraih medali Gold pada kategori Best of the Best Agent Digital.

Endar membawakan program presentasi berjudul Fastabiqul Khairat, yang bila diartikan adalah berlomba-lomba dalam berbuat kebaikan. Dirinya merasa teori Fastabiqul Khairat ini tepat apabila diterapkan pada media sosial. Sifat media sosial yang many to many, yakni mampu membantu permasalahan masyarakat walaupun mereka tidak meminta bantuan. Media sosial juga mampu memberikan pelayanan prima walaupun masyarakat tidak membagikan pengalaman pelayanan mereka kepada orang lain. Dengan media sosial, publik dapat melihat pelayanan yang sudah diberikan kepada masyarakat.

Untuk membantu seluruh tugas dan tanggung jawabnya, sebagai seorang Agent Social Media Endar memiliki 3 kompetensi, yaitu kompetensi kognitif, afektif dan psikomotorik.

Kompetensi kognitif berarti Endar memiliki pengetahuan yang luas terkait peraturan perundang-undangan yang berlaku, sistem teknologi dan juga prosedur terkait Kepabeanan Bea Cukai. Sedangkan kompetensi afektif menunjukkan Endar memiliki keterampilan menulis karena komunikasi di media sosial berbentuk tulisan. Untuk itu sangat penting baginya memiliki kemampuan afektif juga agar pesan yang disampaikan kepada masyarakat dapat dipahami dengan baik. Yang terakhir adalah kompetensi psikomotorik yang menunjukkan Endar harus memiliki rasa empati yang tinggi dan kepedulian kepada masyarakat.

Kembali lagi ke materi Fastabiqul Khairat yang dibawakan, Endar memiliki 3 komponen impian yang melatarbelakangi terciptanya program Fastabiqul Khairat. Yang pertama, Endar ingin mewujudkan contact center yang proaktif, sehingga tidak hanya menunggu datangnya informasi saja. Yang kedua, Endar juga ingin memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan melalui media sosial. Tercatat pada tahun 2018, terdapat 64,28% dari jumlah masyarakat Indonesia yang menggunakan internet. Dengan begitu penting untuk kita memberikan pelayanan optimal melalui media sosial. Yang ketiga, Endar ingin membantu pelanggan dengan karakteristik pengguna jasa yang sebagian besarnya adalah mahasiswa baru, mahasiswa kupu-kupu, mahasiswa aktivis, mahasiswa kutu buku dan mahasiswa korban bullying.

Salah satu kasus yang dihadapi oleh Endar pada saat melakukan pelayanan adalah adanya laporan penipuan yang mengatasnamakan Bea Cukai. Di kasus tersebut, calon korbannya adalah mahasiswa korban bullying. Mahasiswa tersebut memerlukan penanganan kasus yang lebih cepat agar tidak jatuh korban yang lebih banyak.

Untuk menangani kasus tersebut, Endar melakukan berbagai macam kreativitas. Pertama dengan kreativitas zonasi, yakni membuat monitor zonasi. Jadi yang dilakukan Endar adalah memonitor segala percakapan di Sosial Media yang mengandung unsur Bea Cukai dengan menggunakan tanda pagar atau hashtag. Dengan harapan ketika ada masyarakat yang memerlukan bantuan, maka ia dapat memberikan bantuan dengan cepat. Kreativitas yang kedua adalah melakukan monitor sejawat, yakni dengan memantau siapa saja yang mention atau berkomentar pada akun sejawat Bravo Bea Cukai. Ketika ada informasi yang tidak benar, Bravo Bea Cukai dapat mengambil alih percakapan tersebut.

Kreativitas selanjutnya adalah dengan membuat publikasi berupa Info Grafis. Menurut UNESCO, dari 61 negara anggota, Indonesia berada di tingkat 60 dalam hal giat membaca, sehingga tingkat kesadaran membaca masyarakat perlu ditingkatkan. Untuk itulah penting bagi Endar untuk membuat publikasi berupa Info Grafis. Kemudian untuk menangani kasus mahasiswa korban bullying tersebut, Endar melakukan persiapan dengan matang yakni ia membuka dan mempelajari sistem informasi yang akan digunakan untuk memberikan informasi.

Tak kalah penting, kreativitas selanjutnya adalah membuat Bravopedia yang merupakan sebuah rangkuman yang berisi ratusan peraturan Bea Cukai. Selanjutnya adalah melakukan integrasi dan interaksi internal melalui Whatsapp Group, menentukan waktu yang tepat untuk mengambil masalah secara offline, melakukan amplify, melakukan penyematan Informasi Bea Cukai dan membuat prioritas pelayanan.

Dengan berbagai kreativitas yang dilakukan, Endar mendapatkan feedback dan testimoni yang memuaskan dari masyarakat sebagai pengguna jasa. Kemudian dari dalam internal, akun Social Media Bravo Bea Cukai mengalami peningkatan followers dan likes yang signifikan. Endar juga mendapatkan nilai Customer Satisfaction yang lebih dari target yang ditetapkan 85%. Pencapaian nilai Response Rate yang mencapai 100%, Customer Rating 3,8 dari skala 5, dan nilai

kualitas yang melebihi target 85%. Data tersebut dimulai pada Januari sampai Juni 2019.

Bagi Endar, Fastabiqul Khairat dalam media sosial sangatlah berarti. Ia dapat membantu masyarakat atau pengguna jasa yang sedang mengalami pemasalahan dengan berlomba memberikan yang terbaik. Paparan yang Endar berikan kepada seluruh Juri sangatlah memukau, sehingga dirinya memang patut memiliki predikat sukses menjalankan program Fastabiqul Khairat tersebut. ✆

Program Zoom and Capture

Erick Firdaus
Pemenang Gold The Best Team Leader
Pusintek, Kementerian Keuangan

Menjadi pemenang Gold pada kategori The Best Team Leader, Erick Firdaus mengangkat tema "Capturing Moment" saat mengikuti lomba Presentasi Individual The Best Contact Center Indonesia 2019. Erick Firdaus sebagai seorang Team Leader di Layanan Pusintek Kementerian Keuangan menyampaikan Program dan Kreativitas yang dilakukan selama dirinya menjabat sebagai Team Leader kepada para dewan juri. Layaknya sebuah kamera yang terus berevolusi, dirinya juga menyampaikan rangkaian perjalanan karirnya sebelum diamanahi menjabat sebagai Team Leader.

Bermula pada tahun 2013 sejak dirinya bergabung dengan Pusintek Kementerian Keuangan sebagai seorang Agent, di tahun 2014 Erick dipercaya menjadi seorang Technical Support I dan II. Tidak membutuhkan waktu yang lama, akhirnya di tahun 2018, Erick Firdaus dipercaya untuk menjabat sebagai seorang Team Leader. Tentu, untuk menjadi seorang Team Leader Erick memiliki tugas dan tanggung jawab yang diemban seperti membuat keputusan dengan tepat, membangun tim yang hebat serta melakukan evaluasi tim. Erick dituntut untuk membuat keputusan-keputusan penting yang berpengaruh pada operasional tim pelayanan. Selain itu ia juga harus membuat tim nya selalu berkembang dan memastikan pelayanan yang diberikan oleh timnya terbaik dan tepat.

Dalam memberikan pelayanan di Pusintek Kementerian Keuangan, dibutuhkan tim yang CEPAT, yaitu “Commitment, Excellent, Professional, Active dan Time Based”. Demi menghasilkan momen terbaik dalam pemberian pelayanan, Erick berfokus kepada kebutuhan serta performa timnya. Untuk itu sebagai Team Leader, Erick memiliki kemampuan yang dapat membantunya dalam menjalankan tugasnya. 3 Kemampuan yang dimiliki adalah keterampilan, sikap dan pengetahuan. Erick memiliki keterampilan dalam leadership, memastikan kinerja tim yang dihasilkan adalah yang terbaik melalui Pendidikan dan pelatihan kepemimpinan. Erick juga memiliki sikap integritas yang tinggi, hal tersebut dibuktikan pada saat dirinya pertama kali mengucapkan Sumpah Pegawai Negeri Sipil dan sikapnya dalam bekerja sebagai ASN. Kemudian yang terakhir adalah pengetahuan yang dibangun dari pendidikan dan pelatihan yang membantunya dalam membentuk tim yang memiliki kinerja yang baik.

Untuk mendukung itu semua, Erick memiliki sebuah program kerja yang dinamakan dengan Zoom dan Capture. Dengan 3 permasalahan yang dihadapi seperti Low Battery, Blur, dan Not Optimal. Layaknya sebuah baterai kamera yang terkadang dalam keadaan melemah, begitu juga dengan tim. Ada saatnya mereka memiliki kualitas pelayanan yang rendah dan absensi yang tinggi. Untuk itu Erick sebagai Team Leader harus dapat mengisi energi timnya agar kembali memiliki motivasi yang tinggi dalam memberikan pelayanan. Kondisi Low Battery ini hampir sama dengan permasalahan Not Optimal, yang terjadi pada saat tim memiliki penurunan semangat. Sedangkan untuk blur sendiri adalah suatu keadaan apabila ketidakjelasan informasi yang didapat oleh tim, maka peran Erick sebagai Team Leader harus memberikan informasi yang jelas kepada seluruh timnya.

"Dalam memberikan pelayanan dibutuhkan tim yang CEPAT, yaitu Commitment, Excellent, Professional, Active dan Time Based."

Dari ketiga latar belakang masalah tersebut, terciptalah 3 kreativitas yang dilakukan oleh Erick. Yakni kreativitas Recharge The Power, Focus & Capture Some Information, serta Depth of Field & Point of View. Untuk menanggulangi permasalahan Low Battery tadi, Erick bekerjasama dengan tim untuk meningkatkan program-program yang sedang berjalan di perusahaan, melakukan hal secara bersama di luar ruang kerja seperti melakukan gathering dan makan bersama, agar tim mendapatkan semangat baru dan tetap fit dalam memberikan pelayanan. Untuk kreativitas Focus & Capture Some Information, dirinya Erick juga rutin melakukan morning greeting bersama timnya dengan membagikan informasi-informasi terbaru dan menyamakan persepsi atas informasi tersebut karena dirinya sadar bahwa setiap orang memiliki kemampuan yang berbeda dalam menyerap setiap informasi. Untuk itu diperlukan metode baru yang berbeda seperti membuat video mengenai informasi terbaru yang terus diunggah pada channel Pusintek Kementerian Keuangan. Agar informasi tersebut dapat dengan mudah diakses oleh tim untuk disampaikan dalam melakukan pelayanan.

Kemudian yang terakhir adalah Depth of Field & Point of View, yaitu Erick selalu memberikan penghargaan kepada timnya sebagai bentuk apresiasi atas prestasi yang telah dicapai. Dalam menentukan anggota tim yang diberikan penghargaan, tentunya didasari oleh beberapa penilaian. Erick tidak hanya mengandalkan penilaian yang dibuat oleh dirinya, tapi dia juga melibatkan timnya untuk melakukan penilaian antar anggota timnya. Penilaian tersebut tentu tidak hanya berguna bagi dirinya sendiri, namun juga berguna bagi seluruh tim pelayanan.

Hasil yang diperoleh dari seluruh kreativitas yang dilakukan Erick Firdaus adalah semangat dan tingkat kehadiran tim yang meningkat, itu semua terbukti pada grafik target pelayanan dan grafik kehadiran yang meningkat. Hasil lainnya adalah meningkatnya pengetahuan tim serta kepuasan pengguna layanan, juga Agent lebih termotivasi dan suasana di lingkungan

kerja tercipta lebih harmonis. Tentunya dengan hasil yang diperoleh oleh Erick tidak menjadikannya berpuas diri. Ia terus melakukan pengembangan-pengembangan agar dapat melakukan hal yang lebih baik demi menghasilkan tim yang selalu berkembang dan berkualitas. ✆

Menangani Kecurigaan Takaran Bahan Bakar

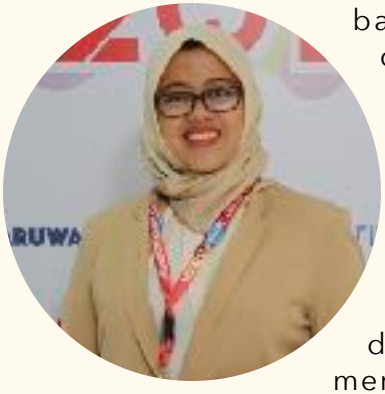
Fara Rauda
Pemenang Gold The Best Agent Badan Publik
Contact Pertamina 135, PT Pertamina

Bogor adalah suatu wilayah di Indonesia yang terkenal dengan sebutan "Kota Hujan". Di kota Bogor lah Fara Rauda seorang Agent Inbound Contact Pertamina 1500000 dilahirkan, tepatnya pada 22 November 1991. Mulai bergabung dengan PT Pertamina (Persero) pada 2017, wanita dengan nama sapaan Fara ini selalu bersemangat dalam melakukan pelayanan. Semangat Fara tersebut memiliki bukti yang konkrit dengan menaklukan sebuah medali emas pada kategori The Best Agent Badan Publik di ajang The Best Contact Center Indonesia.

Kesehariannya memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan, seperti informasi harga bahan bakar di setiap wilayah adalah salah satu tugas dan kewajiban yang dijalankan oleh Fara. Kemudian memberikan pelayanan dan solusi mengenai permintaan yang harus ia penuhi serta mencatat data interaksi yang berguna bagi manajemen juga merupakan tugas dan tanggung jawab yang tidak dapat dihindarkan.

Untuk itu dalam menjalankan tugas dan kewajibannya, Fara memiliki 3 dukungan kompetensi yang terdiri dari Attentiveness, Communication Skill dan Analytical Thinking. Kompetensi Attentiveness yang dimiliki oleh Fara didukung oleh latar belakang pendidikan Bimbingan dan Konseling. Menyimak dan mendengar keluhan pelangganadalah hal yang paling

menyenangkan untuknya. Dia mampu memberikan kepedulian atau rasa empati kepada pelanggan. Kompetensi Communication Skill didasari dari training Etika Berkomunikasi serta ketertarikan dalam berinteraksi, maka Fara memiliki komunikasi yang baik sehingga dapat memudahkannya dalam menangani setiap permasalahan. Kompetensi Analytical Thinking, Fara memiliki kemampuan untuk menganalisa suatu permasalahan walaupun bentuknya sangat kompleks.



Selama bekerja di Contact Pertamina banyak pengalaman yang Fara dapatkan. Salah satu pengalaman yang tidak terlupakan adalah kasus kecurigaan atas takaran bahan bakar khusus di SPBU Pertamina di Lenteng Agung. Kasus tersebut terjadi pada 14 Mei 2019. Seorang pelanggan menghubungi Fara dengan nada kecewa, marah dan tidak percaya. Pelanggan menginformasikan bahwa saat ia melakukan pengisian bahan bakar pertalite seharga 150 ribu dengan biaya yang dikeluarkan, pelanggan hanya mendapatkan bahan bakar pada indikator 2 bar saja. Padahal biasanya ia dapat mencapai indikator 3 sampai 4 bar

Kemudian pelanggan melihat proses pengisian bahan bakar tersebut. Tampak pihak operator memainkan Nozzle, alat yang digunakan untuk mengatur alur laju pengisian bahan bakar di Pertamina. Atas kejadian yang dialami, pelanggan ingin melakukan konfirmasi pada pihak operator. Namun kekecewaan itu datang kembali karena pihak operator yang tidak kooperatif. Dengan demikian pengalaman tersebut menyebabkan pelanggan melaporkan kepada Contact Pertamina atas permasalahannya.

Dari keluhan yang disampaikan oleh pelanggan tersebut ada 4 aspek yang tertera, yakni dari mesin, material, metode dan men atau manusia. Pada material bensin dan bahan bakar lainnya tidak ada permasalahan dan sudah pasti terjamin kualitasnya. Pada aspek metode, ternyata pelanggan belum

mengetahui adanya prosedur Uji Tera di BBM Pertamina. Kemudian pada aspek manusia, kurangnya komunikasi yang kooperatif oleh pihak petugas. Mereka juga tidak mengimplementasikan 3S dan tata nilai 6C yang menjadi komitmen Pertamina.

Kemudian Fara juga merumuskan hal-hal yang menjadi kebutuhan pelanggan. Pertama, pelanggan menginginkan adanya transparansi dalam prosedur pengisian bahan bakar di SPBU. Pelanggan juga menginginkan jaminan keakuratan nominal pengisian bahan bakar pertalite sebanyak Rp 150.000. Serta komitmen 3S dan 6C yang sudah ada sejak lama di Pertamina seharusnya diterapkan secara konsisten.

Permasalahan yang dihadapi ini membuat Fara melakukan 3 kreativitas. Salah satu kreativitas tersebut adalah kreativitas Education yang dilakukan dengan cara menginformasikan bahwa penggunakan Nozzle ada 3 tingkatan dalam pengaturan kecepatan. Tingkatan tersebut terdiri dari cepat, sedang dan lambat. Dari permasalahan tersebut juga ada Bejana Ukur yaitu alat pengecekan apakah pengisian bahan bakarnya sesuai dengan standar yang ditentukan Pertamina. Apabila pelanggan menaruh curiga dengan takaran Pertamina, maka dapat melakukan Uji Tera di SPBU yang dikunjungi.

Kemudian kreativitas Convience, Fara meyakinkan pelanggan bahwa pengisian prosedur bahan bakar Pertamina yang dilakukan dipantau oleh petugas Badan Meteorologi dan pihak fungsi internal Pertamina. Terdapat pengecekan satu kali dalam periode 2 Minggu untuk mengetahui alur laju pengisian pada Bejana 20 liter. Apabila ada kecurangan maka akan diberikan sanksi pada pihak mitra atau pihak SPBU.

Kreativitas yang terakhir adalah kreativitas Ensure. Untuk menjawab permasalahan tersebut Fara melakukan koordinasi dengan tim Back Office dan Team Leader agar menghubungi pihak teknis Pertamina. Kemudian melakukan Uji Teknis dan Uji Tera sehingga hasilnya di foto untuk dikirimkan kepada pelanggan. Agar pelanggan mengetahui bahwa Contact Pertamina benar-benar melakukan pengecekan pada permasalahan tersebut. Fara juga memberikan kepastian bahwa tidak akan terulang lagi permasalahan seperti ini.

Dari permasalahan dan kreativitas yang dilakukan, ada manfaat yang dirasakan oleh pelanggan dan Farah tentunya. Bagi pelanggan, ia memperoleh informasi baru bahwa dapat dilakukan prosedur pengisian bahan bakar dengan dilakukan Uji Tera secara transparan. Juga memperbaiki kepercayaan pelanggan terhadap pengisian bahan bakar di SPBU Pertamina karena mengetahui tentang prosedur Uji Tera tersebut.

Pelajaran berharga yang Fara dapatkan adalah keberanian untuk menjamin komitmen kepada pelanggan dengan pelayanan yang Pertamina berikan. Pelajaran berharga lainnya Fara mampu menangani masyarakat yang cerdas. Dengan kepercayaan diri, ia memberikan edukasi dan meyakinkan pelanggan.

Kreativitas yang berhasil ia lakukan tidak jauh dari 3 proses pengembangan diri yang dilakukan. Fara kerap melakukan Field Trip. Pengunjungan lapangan SPBU yang ada di Jakarta guna mengetahui prosedur penggunaan Nozzle. Ia juga melakukan Uji Tera sekaligus merasakan panasnya berada di lapangan. Untuk itu Fara mengetahui situasi dan kondisi yang dirasakan oleh pelanggan atau pihak mitra. Pengembangan diri yang kedua adalah mengikuti pelatihan ESQ dengan tujuan mengasah rasa kepedulian dan empati kepada orang lain. Tidak hanya itu, Fara juga melakukan pengembangan diri dengan mengikuti wellness program agar tubuh menjadi sehat, dan konsisten untuk selalu berpikiran positif.

Dari pengembangan diri yang dilakukan, ada 4 pencapaian kinerja yang dimiliki Fara dengan durasi waktu 6 bulan di semester pertama tahun 2019. Pertama ada pencapaian penilaian Quality Monitoring. Sudah pasti semua prosedur pelayanan sesuai dengan parameter pelayanan Pertamina, maka Fara mampu mencapai target yang ditentukan Pertamina yaitu di atas 85%. Kemudian Quiz, update dan refreshment selalu diikuti oleh Fara melalui informasi berkembang yang ada di Pertamina untuk menunjang jawaban yang akan diberikan kepada pelanggan. Sedangkan untuk Average Handling Time juga tidak kalah baik, yang mana targetnya 3 menit (180 detik) maka dalam asumsi 1 jam Fara mampu menangani rata-rata 20 panggilan.

Yang terahir pencapaian Adherence 100% full attendance Fara selalu masuk dan tepat waktu.

Untuk mencapai tujuan selanjutnya ada 3 motivasi yang selalu dilakukan oleh Fara. Motivasi pertama adalah disiplin. Fara adalah orang yang disiplin dan tepat waktu maka dirinya mampu menjadi contoh untuk rekan lainnya. Fara juga memiliki Good Voice atau suara yang baik, sehingga Pertamina mempercayakan dirinya untuk menjadi Host Internal di kegiatan-kegiatan yang diadakan Pertamina. Kemudian Fara juga melakukan sharing knowledge pelayanan SPBU, maka manajemen mempercayakan Fara untuk menjadi fasilitator untuk rekan kerja dalam menceritakan pendalaman pelayanan SPBU. Maka Fara ditunjuk sebagai mentor apabila berkunjung ke seluruh SPBU di Jakarta. Untuk itu motivasinya tersebut mampu menopang semangatnya dalam mengikuti kegiatan positif di lingkungan kerja. ✆

Inspirasi dari Harry Potter

Fernall Farrel Noni
Pemenang Gold The Best Agent Digital
Kontak OJK 157, Otoritas Jasa Keuangan

Pelayanan telah mendarah-daging bagi saya dan menjadi passion saya. Buat saya melayani itu menyenangkan. Kalimat motivasi yang juga menjadi penutup bagi Fernall pada presentasinya saat mengikuti ajang The Best Contact Center Indonesia 2019. Fernall Farrel Noni seorang Agent Digital Kontak 157 dari Otoritas Jasa Keuangan yang meraih medali Gold pada kategori The Best Agent Digital.

Pria kelahiran Makassar 25 Februari 1988 ini, merasa senang jika dapat membantu orang lain dalam menyelesaikan permasalahan. Menamatkan pendidikan S1 nya di Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Klabat, Fernall Farrel mulai bergabung dengan Kontak OJK 157 pada tahun 2013.

Dalam melaksanakan kewajibannya, Fernall selalu merespon pertanyaan pelanggan atau masyarakat yang masuk, karena di saat seperti ini pengguna Social Media selain karena harganya yang murah, mereka juga ingin mendapatkan respon yang cepat. Selain itu Fernall juga mengedukasi masyarakat dan berkoordinasi dengan rekan-rekan kerjanya.

Untuk mendukung pelaksanaan tugas dan tanggung jawabnya Fernall memiliki kompetensi yang menunjang. Salah satunya adalah kompetensi kreatif yang sangat ia kuasai untuk menyusun konten-konten edukasi dan menginisiasi program-program yang edukatif bagi masyarakat. Ia juga memiliki kompetensi interpersonal skill sehingga memungkinkan untuk

dapat berbicara di depan umum. Fernall juga selalu mengikuti perkembangan zaman dan teknologi, dikarenakan pekerjaan sehari-harinya yang berinteraksi menggunakan teknologi dalam mengedukasi masyarakat mengenai sektor jasa keuangan.

Pengalaman pelayanan yang dihadapi oleh Fernall adalah Financial Technology (FINTECH)/Peer to Peer Lending (Peminjaman Online) yang belakangan ini marak digemari oleh masyarakat. Banyaknya aplikasi pinjam online di Google Store atau App Store membuat masyarakat harus berhati-hati. Pasalnya banyak perusahaan ilegal yang tidak semuanya terdaftar dan diawasi oleh OJK.

Setiap harinya Kontak OJK banyak menerima pengaduan dari 900 perusahaan ilegal pada data semester 1 tahun 2019. Perusahaan ilegal yang memberikan pinjaman online kepada masyarakat tersebut memiliki dampak yang luas. Dilihat dari sebuah kejadian pada awal 2019, masyarakat dihebohkan dengan berita bunuh dirinya seorang Supir Taxi karena terlilit hutang sebesar 500 ribu rupiah. Setelah dilakukan penyelidikan, Supir tersebut meminjam duit kepada tiap orang untuk menutupi kebutuhan sehari-hari. Pinjaman tersebut berbunga dan ia tidak mampu membayarkan angsurannya. Kemudian ia berurusan dengan Debt Collector dan merasa malu sehingga ia harus mengakhiri hidupnya.

Berpacu pada hal tersebut, Fernall dapat menyimpulkan kebutuhan yang dialamin masyarakat dalam pelayanan OJK. Yang pertama adalah legalitas perusahan Fintech yang tentunya bukan perusahaan Fintech saja yang membutuhkan legalitas. Seluruh sektor jasa yang OJK yang ia awasi juga membutuhkan legalitas. Kemudian perlindungan konsumen dari sektor jasa keuangan yang terdaftar di OJK. Juga permohonan keringanan, yang biasanya dilakukan oleh mereka yang sudah tidak mampu

membayar angsuran karena lain sebagainya sehingga menghubungi OJK untuk meminta keringanan.

Agar pria bertubuh jenjang ini mampu memenuhi kebutuhan-kebutuhan pelayanan dari masyarakat, ia menciptakan kreativitas yang ia koleksi dari petanyaan-pertanyaan yang masuk dari masyarakat. Kemudian ia susun dari pertanyaan yang terbanyak. Hal tersebut berguna baginya untuk diolah kembali menjadi sebuah konten yang edukatif dibalut dengan desain yang menarik untuk millennial dengan caption yang sederhana agar mereka mengerti.

Fernall diberikan kepercayaan oleh OJK untuk mengeksplorasi kreativitas yang ia miliki sehingga ia menginisiasi sebuah Talk Show yang diberi judul Kontak Talks. Kontak tersebut dibawakan langsung oleh CJ atau Christina Jennifer yang merupakan penyiar salah satu saluran radio yaitu Prambors. Dengan mengundang seorang pemain film bernama Dennis Adishwara yang terkenal dari film Ada Apa Dengan Cinta di tahun 2002. Dalam konten Youtube tersebut, Kontak OJK memberitahukan kepada masyarakat bahwa jangan memiliki budaya berhutang. Mulailah saatnya untuk menginvestasikan dana yang dimiliki untuk sebuah kegiatan usaha. Dengan demikian mampu menciptakan lapangan kerja dan bermanfaat bagi orang sekitar.

Tentunya setelah kreativitas tersebut, Fernall selalu lakukan evaluasi dari pengalaman masyarakat. Setelah ia dapati, masyarakat kini lebih berhati-hati. Mereka tau apabila ada penawaran, ia perlu menghubungi Kontak OJK untuk menanyakan legalitas perusahaannya. Kemudian mereka lebih paham mengenai sektor jasa keuangan yang OJK awasi dan juga mereka menjadi lebih bijak dalam hal memilah-milah produk jasa keuangan yang mereka butuhkan. Bukan yang mereka inginkan hanya demi gengsi semata.

Dengan kreativitas yang dibuat saat ini, Fernall masih ingin memberikan dan menciptakan kreativitas yang lebih besar lagi. Ia melakukan pengembangan diri dengan mengikuti training-training yang bermanfaat dalam hal Fernall mengoperasikan media Social OJK yang menggunakan Instagram. Juga berguna

untuk berinteraksi dengan orang-orang yang ada di sekitarnya sehari-hari.

Kemudian Fernall juga melakukan kegiatan travelling yang bukan hanya sekadar menikmati keindahan alam tapi juga belajar dari warga lokal terkait apa yang sedang tren di lokasi tersebut. Dengan demikian saat kembali ke Jakarta ia mampu membuat konten edukasi yang relevan dengan daerah yang ia kunjungi. Kemudian ia juga bergabung dengan sebuah Event Organizer yang diselenggarakan di internal ataupun eksternal.

Dengan kreativitas yang dijalankan, Fernall mencapai keberhasilan yang diukur dengan Key Performance Indicatornya pada 6 bukan awal tahun 2019. Pada nilai kehadiran ia mencapai angka 100%. Kemudian kualitas layanan yang terus meningkat secara signifikan dari Januari hingga Juni. Selain itu ada unggahan yang ditargetkan 7 postingan per minggu yang selalu ia capai sehingga nilainya selalu ada di angka 100% dan tidak pernah turun di 6 bulan tersebut. Juga untuk waktu respon yang diberikan waktu selama 5 menit sehingga ia harus sebisa mungkin memberikan respon secepatnya. Semua terbukti dengan pencapaiannya yang dibawah dari waktu yang ditentukan.

Tidak sampai pada pencapaian itu saja, ada beberapa motivasi yang memicu Fernall terus berbuat lebih. Suatu saat nanti ia ingin membuat sebuah Edurobo yaitu Artificial Intelligence yang bisa digunakan untuk mengedukasi masyarakat. Kemudian berkolaborasi dengan Influencer juga membuat Pusat Referensi Informasi bagi masyarakat jika mereka ingin mengetahui informasi terkait OJK bisa menghubunginya di Kontak OJK 157. ✆

Merchant Tutor Partner

Hernawan
Pemenang Gold The Best Team Leader Outbound
Blibli, PT Global Digital Niaga

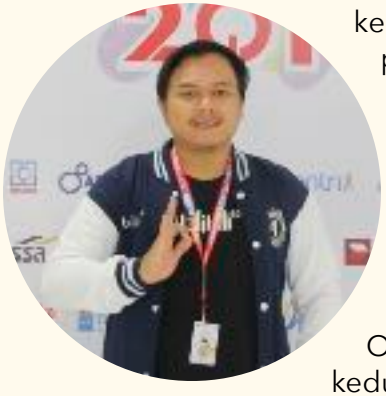
Star Wars, sebuah film fiksi dari negeri Paman Sam ini menceritakan tentang perang antar galaksi karya dari George Lucas. Dalam film tersebut ada salah satu karakter tokoh yang sangat Herwawan kagumi dan menginspirasinya sebagai seorang Leader di Blibli. Hera Syndulla, seorang perempuan revolusioner sekaligus pahlawan dalam perang antar galaksi melawan kekaisaran Sidious. Dalam perang Hera berkata, "In the end, leadership is about the people you lead. It's not about you and your needs. Lead in such a way that you leave the lives of others better than you found them"..

Dari perkataan Hera dalam film Star Wars tersebut, membentuk sebuah pemikiran Hernawan, "Seorang Leader yang baik bukan dia yang selalu meraih nilai performa yang tinggi kepada timnya, akan tetapi Leader yang baik adalah dia yang mampu mengarahkan serta membawa timnya dari titik terendah mencapai puncak yang tertinggi". Bergabung dengan Blibli pada 23 April 2012, Hernawan sudah melewati banyak posisi, mulai dari Agent Inbound,Agent Premium, Quality Assurance, dan Team Leader Social Media. Hingga di tahun 2018 Hernawan diberikan tantangan oleh Manajemen untuk menjabat sebagai Team Leader Outbound di Blibli.

Menjalani misi yang mulia sebagai Team Leader Outbound, Hernawan harus meningkatkan kualitas serta produktivitas Agent Outbound dengan memberikan coaching dan training langsung

kepada timnya. Hal tersebut untuk memastikan mereka mendapatkan pengetahuan produk yang baik. Kemudian Hernawan harus menjaga konsistensi kualitas pelayanan dengan mengawasi secara langsung proses kerja timnya. Yang terakhir, Hernawan harus menjalin dan menjaga hubungan baik dengan merchant partner.

Dari tugas dan tanggung jawab yang dijalani tentu Hernawan memiliki beberapa kompetensi yang menunjang. Kompetensi tersebut salah satunya adalah jiwa kepemimpinan, dengan melakukan pembinaan, mengawasi, serta memberikan saran yang konstruktif untuk menambah kompetensi timnya. Hernawan juga memiliki kompetensi meringkas dan mendistribusikan informasi dengan mengetahui semua proses yang ada di Outbound merchant care. Selain kedua kompetensi sebelumnya, yang tidak kalah penting Hernawan mampu memecahkan permasalahan dengan menganalisa dan mengidentifikasi masalah tersebut dari berbagai faktor kemudian mencarikan solusi dalam penyelesaian permasalahan.



Blibli, sebagai e-commerce karya anak bangsa dengan komitmennya yang menomorsatukan kepuasan pelanggan, mengelompokkan pelanggannya kedalam 2 bagian. Customer spent adalah pelanggan yang melakukan pembelanjaan secara online di website Blibli dan Merchant Partner yang menampilkan dan menyediakan produknya di Blibli. Khusus Merchant Partner, dibekali dengan sebuah aplikasi yang bernama Merchant Tools Application yang berguna untuk menampilkan produk, mengatur stok produk serta mengatur performa stoknya sendiri.

Karena sangat pentingnya dua kelompok pelanggan tersebut, maka Blibli membuka 2 layanan pelanggan. Yang pertama adalah Customer Spent dibantu proses pelayanannya oleh tim inbound. Kedua, Merchant Partner yang pelayanan dan

permasalahannya dibantu oleh tim Inbound Merchant Care di Blibli.

Hernawan saat ini dipercayakan untuk membantu timnya yang berada di Merchant Care. Hernawan membuat sebuah Project yang dinamakan "Merchant Tutor Partner". Berlatar belakang dari kurangnya pemahaman para PIC Merchant dengan sistem berjualan di Blibli, sulitnya PIC Merchant menguasai Merchant Tool, dan seringnya PIC Merchant menanyakan pertanyaan yang sama berulang kali kepada tim Inbound Merchant Care.

Latar belakang tersebut tentunya didukung oleh data yang Hernawan miliki yang berasal dari Customer Relationship Management. Sebanyak 65% sampai 75% PIC Merchant yang menanyakan pertanyaan sudah tersedia di MTA atau Merchant Tools Application pada bagian fitur pusat informasi. Dari data tersebut Hernawan menciptakan kreativitas untuk menghalang kendala yang ada.

Dengan melakukan kreativitas *Outgoing Call*, Hernawan menjemput bola dengan menelpon Merchant Partner yang melakukan pertanyaan berulang di Merchant Care. Kemudian Hernawan melakukan kreativitas *Retention* guna mencegah Merchant Partner tutup toko selama di Blibli. Banyaknya toko yang tutup di Blibli akan berpengaruh pada persediaan barang yang ada di Blibli. Kreativitas yang ketiga Hernawan melakukan promosi e-learning di Merchant Tool Application, dengan mewajibkan timnya untuk menyampaikan edukasi mengenai fitur Merchant Tools Application. Terutama menginformasikan menu pusat informasi di akhir percakapan.

Proses tidak akan mengkhianati hasil, pelaksanaan project serta kreativitas yang dilakukan Hernawan yang sebelumnya PIC Merchant tidak paham dengan sistem berjualan di Blibli. Dengan adanya program "Merchant Tutor Partner", maka Merchant mampu melakukan self service di Merchant Tools Application. Hasil lainnya adalah Retention rate yang awalnya Merchant ingin tutup toko, Hernawan membangun kerjasama dengan marketing untuk mempertahankan toko-toko yang tadinya tutup, kini dapat terbuka kembali. Hasil ketiga adalah yang semula pihak Merchant menelpon tim untuk menanyakan

pertanyaan yang sama terus menerus, kini tim Merchant Care yang menghubungi pihak Merchant langsung.

Tidak puas dengan hasil program kerja yang telah dicapai. Hernawan terus berupaya melakukan pengembangan diri dengan melakukan benchmark atau studi banding dengan proses operasional dan pelayanan e-commerce lainnya. Kemudian pengembangan yang kedua adalah membuka toko secara langsung di Blibli agar mengetahui keluh kesah para Merchant Partner. Pengembangan yang terakhir dan berguna bagi Hernawan adalah mengikuti training Leadership, karena menambah wawasannya terkait kepemimpinan terhadap tim.

Kreativitas dan pengembangan diri yang dilakukan tentu tidaklah sia-sia. Adanya pencapaian nilai KPI selama 6 bulan awal di tahun 2019 membuktikan bahwa kreativitas dan pengembangan diri yang dilakukan berimbas besar pada penilaiannya. Dari 75% Merchant yang tersebar di Indonesia, Hernawan berhasil mengedukasi sekitar 24 ribu Merchant, ia juga mampu menurunkan inquiry sebesar 5% sampai 10%. Selain itu ada Retention Rate, ia juga mampu menekan toko-toko yang tadinya tutup selamanya sebanyak 70%. Yang terakhir, para Merchant Partner mengunggah 10 ribu foto produk, yang jika dilihat rata-rata harga produknya senilai 50 ribu. Jadi jika dikalikan 10 ribu produk yang senilai 50 ribu maka pendapatan yang dapat dicapai Hernawan adalah sekitar 500 juta. Bagi Hernawan jumlah 500 juta sangatlah besar karena perusahaannya memiliki fasilitas Blibli Express Service yang jika diubah ke dalam bentuk kendaraan motor maka akan menambahkan 15 armada motor. Jika diubah ke dalam bentuk mobil pick-up maka ia mampu memberikan 4 mobil pick up untuk membantu pengiriman ke pelanggan.

Dari pencapaian kinerja tersebut, motivasi pengembangan diri yang dimiliki oleh Hernawan selanjutnya adalah ia ingin ingin terjun langsung menemui Merchant-Merchant yang ada di lapangan sehingga dirinya dapat memberikan pelatihan langsung kepada para PIC Merchant. Ia juga ingin adanya website khusus untuk para Merchant yang berbeda dengan Merchant Tools Application. Pada akhir presentasinya, ia mengungkapkan keinginan untuk menang dalam ajang The Best

Contact Center Indonesia 2019. Tidak menunggu waktu yang lama, Hernawan pun menaklukan medali Gold dengan segudang kemampuan dan prestasinya di kategori The Best Team Leader Outbound. ✆

Menjalankan WOW Program untuk CS Millennials

Ignasius Suryo Wibisono
Pemenang Gold The Best Trainer
Halo BCA, PT Bank Central Asia, Tbk

Pria kelahiran Balikpapan, Kalimantan Timur pada 9 September 1991 yang bernama Ignasius Suryo Wibisono ini menamatkan pendidikan S1 nya di Fakultas Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga. Ignasius mulai bergabung dengan Halo BCA pada Desember 2017 sebagai seorang trainer yang juga bekerja di bagian inhouse training.

Menjadi trainer di Halo BCA, Ignasius melatih dan mengajar berbagai materi pelatihan bagi para Agent. Ignasius juga diberikan tanggung jawab untuk melatih Customer Service pada layanan BCA Express. BCA Express sendiri merupakan salah satu bentuk layanan digital BCA yang saat ini sudah bergabung dengan central layanan digital. Halo BCA sendiri sekarang mulai mengelola booth-booth digital BCA Express yang terdiri dari 1 orang CSO per satu booth nya. Walaupun sederhana i, layanan yang diberikan di BCA Express selayaknya pelayanan yang ada di cabang regular Halo BCA. Saatini lokasi BCA Express sudah terdiri dari 41 cabang di berbagai kota seperti Jabodetabek, Bandung, Surabaya, Malang Yogyakarta, Semarang dan Samarinda.

Ignasius bertanggung jawab untuk melakukan Training Needs Analysis untuk menciptakan training yang efektif dan efisien. Setelah melakukan analisa, Ignasius melakukan desain dan

menyusun materi training sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Kemudian setelah dilakukannya training, ia melakukan evaluasi terhadap training tersebut. Apakah training yang dijalankan sudah efektif atau justru tidak efektif.

Agar dapat membantu tugas dan tanggung jawabnya tersebut, pria pemilik postur tubuh jenjang ini memiliki 3 kompetensi penunjang. *Analytical Thinking* adalah salah satu kompetensi yang dimilikinya yang diperlukan ketika ia sedang melakukan analisa kebutuhan. Lalu kompetensi *Flexibility* yang tentunya ia miliki untuk melatih Agent dimanapun mereka berada dan apapun materi yang mereka butuhkan. Mengingat BCA Express sendiri ada di berbagai lokasi di Indonesia, tentunya masing-masing lokasi memiliki kebutuhan dan tantangannya tersendiri. Kompetensi yang terakhir adalah *Digital Savvy,* yang mana ia menguasai aplikasi-aplikasi digital. Aplikasi tersebut ia butuhkan dalam menjalankan training kepada para customer service, karena lokasi-lokasi BCA Express yang berjauhan.

Layanan BCA Express memiliki target untuk pembukaan rekening. Sebelum Ignasius melakukan sebuah program, ia memiliki latar belakang data bahwa walau dalam satu tahun target tersebut dapat tercapai, namun target tersebut tidak tercapai secara konsisten tiap bulannya. Service level pembukaan rekening di BCA Express pun membutuhkan waktu 12 menit yang seharusnya dibawah 12 menit. Dengan demikian Service Level pun tidak mencapai target yang telah ditentukan yakni 86,72% dari target 90%. Begitu juga dengan Service Quality yang seharusnya target temuannya mencapai 0, namun saat diukur dengan Quality Assurance ternyata masih ada temuan. Adanya temuan in memiliki resiko misalnya banyaknya informasi salah yang disampaikan dan eksekusi-eksekusi transaksi yang salah yang akhirnya dapat membuat nasabah komplain dan tidak loyal kepada BCA.

Perlu diketahui juga bahwa Customer BCA Express terdiri dari lulusan SMA hingga S1 yang rata-rata usianya dimulai dari 18 hingga 24 tahun maka mereka masuk ke dalam golongan kaum milenial. Kaum milenial sendiri pun memiliki karakteristik yang unik yaitu, menginginkan segalanya menjadi lebih ringkas, mudah merasa bosan, dan menyukai tantangan. Dari latar belakang yang ada yakni target pembukaan rekening, temuan Quality Assurance dan juga Service Level, Ignasius merumuskan hal-hal yang harus ia kejar.

Hal yang harus ia kejar pertama kali adalah meningkatkan motivasi. Motivasi dibutuhkan agar Customer Service lebih bersemangat dalam melakukan proses penjualan dengan memancing nasabah untuk membuka rekening sehingga target tercapai. Hal kedua adalah pengetahuan aplikasi yang menjadi salah satu penyebab adanya temuan dan Service Level yang tidak tercapai. Penemuan ketidaksesuaian terjadi apabila Customer Service salah dalam mengeksekusi transaksi sehingga tidak sesuai dengan apa yang diminta oleh nasabah. Hal ketiga adalah kemampuan komunikasi yang sangat diperlukan selama proses transaksi dengan nasabah. Ketika kemampuan komunikasi kurang, maka akan berimbas pada temuan dan nilai Service Level. Hal terakhir adalah pengetahuan produk agar informasi produk yang disampaikan ke nasabah dapat tersampaikan dengan baik dan tepat.

Kemudian dengan berbagai latar belakang dan rumusan masalah, Ignasius membuat sebuah program yang dinamakan "WOW Program". WOW Program sendiri kepanjangan dari *Walk Out to Customer, On the Spot Coaching* dan *Winning Improvement Program*. *Pada Walk Out to Customer*. Ignasius membuat Experimental Learning untuk Customer Service agar pelatihan yang lebih menyenangkan, menantang dan menjelajah. Ia mengumpulkan Customer Service BCA Express di training site BCA Sentul untuk melakukan sebuah game. Seluruh peserta diinstruksikan untuk menjual sebuah produk yang berupa masker mulut dalam waktu 1 jam sebanyak mungkin. Pelatihan yang dikemas ke dalam permainan ini menjadi menyenangkan karena peserta bekerjasama dengan rekan-rekan yang ada. Menjadi menantang karena mereka tidak tahu

apa kelebihan produk yang mereka jual karena mendapatkan produknya pun secara langsung tanpa terencana. Kemudian mereka juga mengeksplorasi seluruh tempat bermain agar tahu kebutuhan konsumen di tiap tempatnya.

Tujuan dari *Walk Out to Customer* adalah melatih kepercayaan diri peserta, sehingga saat sendiri berhadapan dengan nasabah mereka harus percaya diri menghadapi berbagai komplain yang ada. Mereka juga harus tahu apa yang dibutuhkan oleh para nasabah, serta keunggulan suatu produk walaupun produk tersebut baru sampai di tangan mereka.

Kemudian *On the Spot Coaching*, tantangan yang dimiliki Ignasius adalah cara ia melakukan pembinaan namun pesertanya berada di luar jangkauan. Maka ia menggunakan aplikasi video call untuk melakukan pembinaan. Pembinaan bisa berdasarkan sampling transaksi, bagi peserta yang melakukan transaksi lebih dari 12 menit maka akan lebih diperhatikan dan dilakukan pembinaan lebih lanjut. Yang terakhir adalah *Winning Improvement Program* menggunakan aplikasi Kahoot. Dengan menggunakan aplikasi Kahoot, Ignasius dapat menggunakan kuis yang bisa dilakukan secara real time di seluruh lokasi yang ada di BCA Express. Hadiah yang diberikan untuk pemenang dari mengikuti *Winning Improvement Program* pun sangat menarik, seperti voucher gopay, voucher pulsa dan voucher game online.

Dari pelaksanaan WOW Program tersebut selama satu semester di tahun 2019 terdapat hasil yang sangat memuaskan. Pencapaian pembukaan rekening mencapai target secara konsisten tiap bulannya. Kemudian rata-rata temuan Quality Assurance yang tadinya 1,52 temuan atau ketidaksesuaian saat ini sudah mencapai 0,12. Walaupun belum begitu sempurna, paling tidak Ignasius beserta Customer Service sudah melakukan proses yang nyata. Untuk nilai Service Level BCA Express pada tahun 2018 yang tadinya mencapai 86,72% kini sudah mencapai 95,77% dari target 90%.

Sebagai seorang trainer yang menciptakan dan menghasilkan hasil yang baik dari WOW Program, tentunya Ignasius harus tetap mengembangkan kemampuannya. Ia kerap mengikuti training I Can Speak yang dapat membantunya untuk

meningkatkan kemampuan public speaking. Ia juga terus mengikuti e-training yang berisi mengenai informasi dan ketentuan perbankan terbaru yang sudah disediakan oleh Halo BCA. Membaca buku juga merupakan pengembangan diri yang ia lakukan, serta mengikuti training Data Analytic yang dapat meningkatkan kemampuan pengolahan dan analisa data.

Untuk pencapaian Key Performance Indicator Ignasius ia selalu konsisten berada di atas target 3,5 untuk Evaluasi Akhir Program. Kehadiran yang mencapai 100%, tingkat kelulusan training yang konsisten melampaui target 90% serta akurasi materi yang mencapai capaian sempurna pada target 100%. Key Performance Indicator ini diambil pada bulan Januari sampai Juni pada tahun 2019.

Pria berkacamata ini memiliki motivasi yang tinggi, yaitu harus selalu menyiapkan diri untuk training-training efektif yang akan datang. Ignasius juga harus melakukan improvisasi secara terus menerus melalui Kaizen Proses Kerja dengan menyederhanakan modul training hingga mengubah modul training ke dalam modul digital, yang harusnya peserta datang ke lokasi namun dapat menggunakan video saja.

Pengembangan diri dan motivasi yang diraih terasa semakin sempurna karena Ignasius mampu menjadi juara dengan memenangkan medali Gold di ajang The Best Contact Center Indonesia 2019. Mengharumkan nama Halo BCA dengan menyumbangkan medalinya pada kategori The Best Trainer. “Kita harus lebih berkembang dan harus menjadi 100% lebih baik dari sebelumnya” adalah kalimat motivasi yang selalu Ignasius canangkan dalam menjalankan setiap tugasnya. ✆

4 Kuadran Identifikasi Wajib Pajak

Intan Nuzulan
Pemenang Gold The Best Desk Collection
Kring Pajak 1500200, KLIP DJP, Kementerian Keuangan

Intan, seorang Desk Collection Kring Pajak mengenang sebuah kisah pilu dari selembar Surat Tagihan Pajak pada 3 tahun yang lalu. Bahwa seorang petugas pajak di Sibolga tewas ditikam, saat menyampaikan surat tagihan pajak sebesar 14 miliar kepada wajib pajak. Kejadian mendiang Parada ini menjadi kisah sedih bagi Direktorat Jenderal Pajak. Namun mereka mencoba bangkit dengan menjadikan kisah ini sebagai inspirasi untuk turut serta memperkuat pilar penagihan pajak dengan membantu Desk Collection unit Contact Center Kring Pajak.

Lahir di Sleman, Intan Nuzulan menamatkan pendidikan D3 Akuntansi di STAN pada 2017. Sejak April 2018 ia mulai bergabung dengan Kring Pajak sebagai Desk Collection. Dengan tugas dan tanggung jawabnya seperti reminding atau mengingatkan wajib pajak untuk melunasi pajak yang lewat jatuh tempo, informing atau memberikan informasi kepada wajib pajak terkait utang pajaknya, juga assisting atau memberikan bantuan lebih lanjut agar wajib pajak merasa lebih mudah ketika akan melakukan kewajiban perpajakannya. Intan juga harus memiliki bekal beberapa kompetensi.

Kompetensi pertama adalah Comprehensive Tax Knowledge. Berbekal ilmu perkuliahannya selama 3 tahun di STAN, Intan dapat memahami peraturan perpajakan, perlakuan akuntansinya dan ia juga mengenal proses bisnis dari pajak. Kedua adalah

Data Digger yaitu kemampuan menggali informasi sebanyak mungkin dari segala sumber daya yang ada. Contohnya adalah sistem informasi DJP, untuk proses negosiasi kepada wajib pajak. Yang ketiga adalah Smooth Negotiator, dengan berbekal pengalaman negosiasi yang dapat diandalkan. Meyakinkan wajib pajak yang sebelumnya masih malu atau bahkan menolak, sampai akhirnya mereka mau untuk melakukan kewajiban perpajakannya.

Sebenarnya meyakinkan wajib pajak tidak semudah kedengarannya, Intan memiliki sebuah pengalaman dengan seorang wajib pajak yang cukup menguji kemampuan negosiasinya. wajib pajak tersebut adalah seorang pria yang menjabat sebagai Direktur dari CV Kontraktor. Wajib pajak tersebut terkena permasalahan sanksi dalam Surat Tagihan Pajak yang belum kunjung dilunasi sampai dengan melewati tanggal jatuh temponya.

Setelah Intan melakukan pengecekan di sistem, ternyata dirinya adalah Agent ketiga yang menghubungi wajib pajak. Namun wajib pajak tersebut masih belum menulasi utang pajaknya. Ketika wajib pajak menerima telepon dari Intan, ia langsung bereaksi dengan memberitahu bahwa ia sudah menunaikan kewajibannya.

Intan mengatasi permasalahan tersebut dengan merumuskan 3 latar belakang kasus wajib pajak tersebut. Pertama, perasaan tidak bersalah wajib pajak, karena ia merasa cukup dengan kata "yang penting bayar" dan melaporkan pajak setiap bulannya. Kedua, wajib pajak juga tidak paham atas seluk beluk kewajiban perpajakannya. Bahwa kalau ia telat lapor pajak nanti akan ada sanksi yang ditetapkan. Juga karena ketidakpahamannnya, Wajib pajak menjadi berpikir bahwa DJP ingin menggerus uangnya demi penerimaan pajak.

Desk Collection Kring Pajak saat ini didukung dengan sistem aplikasi yang bernama Customer Rating. Aplikasi ini dibuat

untuk merekam perilaku wajib pajak dengan cara memberikan rating 1 sampai 5 dari sisi enthusiasm dan awareness. Sisi enthusiasm menunjukkan seberapa antusias wajib pajak untuk membayarkan pajaknya. Kemudian awareness yang menunjukkan seberapa paham wajib pajak atas alasan dibalik terbitnya Surat Tagihan Pajak tersebut.

Terinspirasi dari Customer Rating yang ada, Intan membuat kreativitas pertamanya yaitu Map The Character. Dari parameter tersebut ia membuat 4 kuadran, yakni yang pertama adalah Aware and Enthusiastic, lalu Aware But Not Enthusiastic kemudian Not Aware, but Enthusiastic dan Not Aware and Not Enthusiastic. Dilihat dari 4 kuadran yang dibuatnya, wajib pajak yang saat itu ditangani termasuk ke dalam golongan Not Aware and Not Enthusiastic. Dari Map the Character yang Intan buat ini, ia mampu melihat dan menemukan penanganan yang tepat untuk wajib pajak yang dihadapi.

Setelah melihat bahwa wajib pajaknya tersebut masuk ke dalam golongan Not Aware and Not Enthusiastic, Intan kemudian menghadapinya dengan kreativitas yang kedua yang ia namakan 3R. Respect, Reconcile dan Re-assure adalah 3R yang diawali dengan kalimat apresiasi seperti "Terima kasih ya Pak, Bapak sudah membayar pajak setiap bulan". Kemudian Reconcile dengan menyamakan persepsinya dengan wajib pajak tersebut terhadap keterlambatan lapor pajak. Yang ketiga, Re-assure yakni memberikan jaminan seperti, "Oke Pak, Saya pastikan ya. Surat Tagihan Bapak ini terbit bukan karena Bapak bayar atau Tidak Bayar bahkan Tidak Lapor. Tetapu karena Bapak pernah 1 kali terlambat membayar pajaknya". Setelah Intan menjelaskan hal itu, wajib pajak pun mulai berkata, "Oke Mba, Saya bisa terima, tapi kalau saya tidak bayar kenapa memangnya?".

Dengan meningkatnya kesadaran dari wajib pajak, Intan melanjutkannya dengan melakukan kreativitas ketiga yaitu Give Other Perspective. Intan membahas konsekuensi tidak membayar utang pajak dari sisi yang paling umum dengan wajib pajak yait,u bidang usahanya. Wajib pajak tersebut memiliki usaha di bidang konstruksi, dan setelah digali di sistem wajib pajak ternyata sering bertransaksi dengan instansi

pemerintahan.Jika ingin mengikuti tender pengadaan barang dan jasa kontraktor membutuhkan yang namanya SKF atau Surat Keterangan Fiskal. Ada utang pajak dapat menimbulkan SKF tidak terbit, yang nantinya mengakibatkan kontraktor tidak bisa ikut tender. Ini juga akan memengaruhi kredibillitas perusahaan karena untuk kewajiban pajak saja tidak bisa dilakukan.

Setelah Intan jelaskan mengenai SKF tersebut, wajib pajak termenung sejenak, dan menunjukkan niat positif untuk membayar pajaknya. Saat itu ketika Intan mengecek sistem ternyata wajib pajak melakukan pembayaran pada hari itu juga. Dengan kreativitas yang dilakukan membuat wajib Pajak tidak hanya mau membayar utang pajaknya. Tapi lebih baik lagi, yaitu ia menjadi paham hak, kewajiban dan juga konsekuensi tidak membayar pajak dari sisi bidang usahanya. Bagi Intan sendiri, kasus ini semakin meyakinkan bahwa tidak selamanya wajib pajak itu hanya tahu konsekuensi secara aturannya saja, tapi konsekuensi dari sudut pandang wajib pajak itu sendiri. Selain membuat Intan menjadi semakin terampil ia juga bisa menemukan kreativitasnya kepada rekan-rekannya di Desk Collection untuk dipraktekkan pada wajib pajak yang mereka hubungi.

Pencapaian tersebut tentu tidak menghentikan Intan untuk terus melakukan pengembangan diri. Ia terus mendorong dirinya untuk belajar dengan beberapa kali menjadi pembicara di inhouse training terkait pelaporan perpajakan yang terbaru. Lalu Intan juga aktif bernyanyi baik itu solo maupun paduan suara. Terbiasa melalui olah vokal sangat membantunya ketika berkomunikasi dengan wajib pajak. Kemudian ia juga turut aktif dalam mengikuti event instansi yang diadakan di DJP. Salah satunya adalah event Spectaxcular, yakni mengajak masyarakat untuk taat pajak.

Dengan kreativitas yang telah dilakukan membuat ia tidak hanya mencapai target tapi melampaui 4 Key Performance Indicator dalam 6 bulan awal di tahun 2019. Untuk kedisiplinan selalu ia pertahankan di angka 100%. Namun untuk Call per harinya hanya sedikit melampaui target, tapi ada alasannya. Ia lebih mementingkan dan menekankan ke tingkat kesuksesan

dan juga penilaian rekaman untuk memastikan wajib pajak yang ia hubungi paham akan kewajiban perpajakannya.

Terbukti dalam 6 bulan tersebut ia dapat berkontribusi aktif terhadap penerimaan Negara sebesar lebih dari 700 juta rupiah. Ia terus memotivasi dirinya untuk mengembangkan pelayanan. Ia ingin meningkatkan kemampuan Emotional Intellectual ketika berkomunikasi dengan wajib pajak. Salah satunya dengan mempelajari ilmu Psikologi secara otodidak melalui buku dan juga melalui channel youtube Psikolog. Ia juga bertekad melanjutkan pendidikan ke jenjang D4 akuntansi, karena ia yakin dengan ilmu yang lebih tinggi bisa menjelaskan perspektif yang lebih jelas lagi kepada wajib pajak yang ia kunjungi. Intan juga ingin mengembangkan kemampuannya dalam berbahasa Inggrisuntuk menghubungi wajib pajak Asing i terkait utang pajaknya.

Dengan kreativitas yang telah Intan lakukan mendukung dirinya untuk memenangkan medali Gold pada kategori The Best Desk Collection, dalam kesempatan lomba di ajang The Best Contact Center Indonesia 2020. Intan yang berjuang dari ujung telepon bertekad bahwa perjuangan Parada tidak boleh disikapi dengan kesedihan apapun, tapi harus mampu menjadi pecutan semangat untuk melayani Negeri ini. ✆

Kebijakan Local Wisdom dalam Pendaftaran NPWP

Irvani Imaniar
Pemenang Gold The Best Back Office
Kring Pajak 1500200, KLIP DJP, Kementerian Keuangan

Termotivasi dari kutipan kalimat manusia pertama yang berjalan di bulan, Neil Amstrong. Mewakili Kring Pajak 1500200 Irvani Imaniar maju dan membuktikan dirinya mampu memperebutkan medali Gold di kategori The Best Back Office pada ajang The Best Contact Center Indonesia 2019.

"One small step for a man may become one giant leap for mankind". ~ Neil Amstrong

Irvani senantiasa konsisten dan mengupayakan yang terbaik dalam pelayanan perpajakan wajib pajak. Bagi wanita lulusan Akuntansi PKN STAN ini bergabung dengan Kring Pajak sebagai seorang Agent Back Office adalah suatu hal yang membanggakan. Dengan begitu, ia dapat membantu wajib pajak sekaligus dapat mengabdi pada Negara.

Suatu keharusan bagi para Agent Kring Pajak untuk selalu menumbuhkan motivasi belajar dan bekerja. Sebagai Back Office Kring Pajak, Irvani memiliki tugas dan tanggung jawab yang cukup berbeda dengan contact center lain. Dirinya melakukan *receive, entry* dan *deliver. Receive,* yaitu menerima telepon dari wajib pajak berupa pengaduan permasalahan,

kode etik, bahkan tindak pidana perpajakan. Kemudian *entry* atau kasus yang tidak dapat diselesaikan akan diinput ke dalam sistem sebagai eskalasi untuk ditindaklanjuti oleh pihak terkait. Yang terakhir *deliver,* menghubungi kembali wajib pajak dalam menyampaikan jawaban tindak lanjut atas pengaduan yang telah disampaikan.

Dengan kata lain Back Office menjalankan 2 peranan sekaligus. Peran inbound pada tahap *receive* dan *entry,* serta peran outbound pada tahap deliver. Semua peran yang dijalankan tentunya membutuhkan kompetensi yang memadai, dan Irvani Imaniar memiliki excellent kompetensi tersebut. Kompetensi yang pertama adalah *One Stop Tax Knowledge***.** Pemahaman perpajakan secara komprehensif tidak terbatas pada peraturan perundangan, tapi juga aplikasi, unsur teknis, dan kebijakan tertentu yang ada di lapangan. Tentunya kemampuan tersebut dapat membantunya menjawab keperluan wajib pajak.

Kompetensi yang kedua adalah *auto detailing*, kemampuan menarasikan pengaduan wajib pajak menjadi poin-poin penting yang sistematis dan informatif hingga kasus dapat ditangani seefektif mungkin. Yang tidak kalah pentingnya adalah kemampuan *good facilitator* adalah koordinasi dengan berbagai unit terkait dalam menangani kasus pengaduan serta aktif persuasif dalam menyampaikan alternatif penyelesaian kepada wajib pajak.

Salah satu pengalaman pelayanan yang berkesan bagi Irvani adalah saat ia menangani sebuah layanan NPWP. Bentuknya kecil, tapi memiliki potensi masalah besar di balik proses pendaftarannya. Bulan Maret 2019, Irvani menerima pengaduan dari seorang wajib pajak wanita yang merupakan pengurus dari suatu perusahaan yang akan melakukan investasi bidang pariwisata di wilayah Timur Indonesia. Nilai investasinya sebesar 30 miliar rupiah. Wajib pajak tersebut membutuhkan NPWP

sebagai dokumen kelengkapan perjanjian investasi. Namun wajib pajak terkendala dalam proses pendataannya. Dirinya mengalami tiga kali penolakan pendaftaran NPWP secara online. Jawaban penolakan yang ia terima melalui email tidak menyertakan alasan yang jelas, atau dokumen apa saja yang kurang. Nomor telepon kantor pajaknya pun sulit untuk dihubungi.

Wajib pajak yang menghubungi Irvani ini cukup berbeda. Tidak menggunakan amarah, bicaranya tenang dan nadanya senyum, tetapi perkataannya sungguh menusuk hati. Kurang lebih perkataan yang dilontarkan oleh wajib pajak tersebut seperti "Mba, orang Pajak itu pinter-pinter kan ya Mba? Masa sampai-sampai daftar NPWP yang harusnya gampang bisa dibikin susah?". Sindiran yang disampaikan menggunakan nada lembut itu seribu kali lebih sakit dan malu daripada ia harus dimarahi secara langsung oleh wajib pajak.

Dalam menangani keluhan tersebut, pastinya Irvani menyampaikan empati dan juga statement untuk menjalin kepercayaan wajib pajak. Tetapi lebih dari itu wajib pajak membutuhkan penyelesaian yang konkrit dan juga cepat. Irvani hadir dengan 3 kreativitasnya untuk memberikan pelayanan yang prima. Kreativitas pertama adalah Targeting the Case. Untuk mengidentifikasi penyebab penolakan pendaftaran NPWP, Irvani memiliki katalog yang ia buat sendiri,yang berisi aturan pidana yang ia susun dari kasus-kasus terlibat sebelumnya.

Untuk kasus penolakan pendaftaran NPWP seringkali disebabkan oleh 3 kendala, antara lain document requirements, correct procedural application, dan local wisdom. Terkait dengan dua kendala pertama yang disebutkan, wajib pajak mengungkapkan bahwa dirinya sudah melengkapi persyaratan dokumen dan diunggah sesuai dengan standar format yang ditetapkan. Dengan demikian dugaan Irvani jatuh pada kemungkinan yang ketiga yaitu adanya *local wisdom,* pembijakan internal pada kantor pajak yang terkait. Dengan begitu, Irvani menyampaikan bahwa ia akan melakukan konfirmasi kepada pihak terkait, dan menghubungi kembali maksimal 3 hari kerja apabila sudah mendapatkan jawabannya.

Kreativitas kedua yaitu Coordinate the Problem. Untuk memastikan dugaan Irvani, ia melakukan konfirmasi kepada kantor pajak yang menangani pendaftaran NPWP wajib pajak tersebut. Petugas di sana menginformasikan bahwa pendaftaran ditolak karena tidak mencantumkan daerah dan foto lokasi. Dua-duanya tidak disebutkan di aturan, namun menjadi syarat untuk pendaftaran NPWP di kantor Pajak tersebut atas kebijakan kepala kantor guna memastikan kebenaran data wajib pajak. Dari konfirmasi tersebut, dugaan kendala yang ketiga ternyata benar.

Karena kasus yang ditangani disebabkan oleh produk kebijakan kepala kantor, Irvani selaku pelaksana menyampaikan kasus tersebut kepada atasan untuk dikoordinasikan dengan kepala kantor Pajak tersebut. Kesepakatan yang didapatkan antara lain, denah dan foto lokasi harus dilampirkan oleh wajib pajak, dan pendaftaran ulangnya akan diprioritaskan. Pada tahap ini latar belakang masalah dan alternatif penyelesaian telah berhasil Irvani peroleh.

Yang diperlukan selanjutnya adalah melakukan kreativitas ketiga, yakni Negotiate With Tax Payer. Menegosiasikan alternatif penyelesaian kepada wajib pajak dengan 3C, *Correct, Concept dan Connect***.** Irvani mengajak wajib pajak untuk melengkapi pendaftarannya. Langkah pertama adalah *Correct*, ia sampaikan bahwa wajib pajak sudah benar dan sudah melengkapi dokumen sesuai aturan. Tapi Irvani juga menjelaskan *Concept* penting yang diperlukannya 2 dokumen tadi oleh kantor pajak itu sendiri. Dengan disampaikannya *Correct* dan *Concept* maka terjadilah persepsi yang sama antara wajib pajak dengan kantor pajak. *Connect* akhirnya wajib pajak bersedia untuk melengkapi pendaftarannya melampirkan denah dan foto lokasi. Hasilnya dalam 2 hari saja wajib pajak telah memperoleh NPWPnya melalui email.

Bagi Irvani hal ini menjadi pelajaran yang berharga, untuk senantiasa mengutamakan penggalian kasus agar penanganan yang ia berikan bisa efektif. Bagi instansi, kasus ini memiliki kontradiksi antara is of doing business yang mengutamakan kemudahan prosedur dengan local wisdom yang mengutamakan akan keamanan prosedur. Kasus tersebut saat ini

sedang disusun peraturan penyempurnaan yang nantinya akan memudahkan sekaligus mengutamakan keamanan prosedur.

Hasil dari kreativitas Irvani tidak lepas dari pengembangan dirinya yang selalu aktif mengikuti inhouse training, group discussion, kelas finansial dan terjun praktik sendiri investasi saham agar mengetahui ekonomi dan keuangan erat kaitannya dengan perpajakan.

Terbukti dari Key Performance Indicator yang berhasil dicapai pada Januari hingga Juni 2019. Agent ring time dari target 6 detik, Irvani selalu menjawab maksimal 2 detik. Beginning Confirmation yang berhasil dicapai melebihi target 90%, Input Complaint to database yang melebihi target rata-rata yang ditetapkan 95% dan Adherence to Schedule, disiplin 100% sesuai waktu yang dijadwalkan.

Tidak puas dengan pencapaian yang didapatkan, kedepannya Irvani akan terus mengembangkan pelayanannya dengan 3 langkah. Memperdalam ilmu psikologi agar mampu memahami karakter wajib pajak. Melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi yang akan mendorong kinerja dan karirnya serta dengan pendidikan yang tinggi lah dirinya akan dipercaya menjadi Supervisor Back Office agar ia memiliki wewenang yang lebih dalam memberikan pelayanan. ✆

Pelayanan "My Chicken Dinner Route”

Jiadaturrahman
Pemenang Gold The Best Telemarketing
Halo BCA, PT Bank Central Asia, Tbk

Permainan online PUBG muncul di tahun 2017, dan satu tahun kemudian game tersebut dinobatkan menjadi game terbaik di dunia. Dimainkan oleh 100 pemain, mereka saling berkompetisi hingga satu orang yang tersisa di akhir permainan menjadi pemenangnya. Dari sebuah strategi yang matang kemudian fokus untuk selalu mencari target. Game tersebut lah yang selalu menginspirasi Jiadaturrahman untuk menjadi Agent Telemarketing terbaik di Halo BCA.

Jiadaturrahman, kelahiran tahun 1992, merupakan seorang lulusan Akuntansi STIE Bisnis Indonesia yang bergabung dengan Halo BCA pada Oktober 2017. Pemenang Medali Gold pada kategori The Best Telemarketing di ajang The Best Contact Center Indonesia 2019 ini menceritakan pengalaman dan usahanya dalam bekerja. Tepat pada awal tahun 2019 Wakil Presiden Direktur PT Bank Central Asia Tbk, Armand Hartono membuat sebuah layanan marketing terbaru. Bukan untuk mencari nasabah baru, namun nasabah yang sudah ada menjadi semakin loyal kepada Bank BCA. Nama layanan baru tersebut adalah Solution Assistant (SOLA). Layanan tersebut diciptakan untuk membangun relasi dengan nasabah tanpa kunjungan namun menggunakan media komunikasi melalui telepon saja.

Sebagai Agent layanan baru Solustion Assistant, setiap harinya Jiadaturrahman bertugas menjadi Problem Solver

dengan memberi solusi atas permasalahan dihadapi oleh nasabah. Ia juga melakukan pemantauan aktivitas bisnis nasabah, serta menjalin hubungan yang baik dengan setiap nasabah. Untuk membantu dalam menjalankan tugasnya sehari-hari tentunya Jiadaturrahman memiliki beberapa kompetensi. Pertama, ia memiliki kemampuan analisa yang baik untuk mengetahui apa yang dibutuhkan nasabah secara cepat dan tepat. Kedua, ia juga memiliki kemampuan belajar yang cepat agar pengetahuan tentang produk bisa dikuasai dengan baik. Yang terakhir dan tidak kalah penting adalah ia cerdas dan persuasif dalam berkomunikasi.

Dari kompetensi yang tersebut, Jiadaturrahman memiliki sebuah cerita menarik mengenai pengalaman pelayanannya yang ia sebut dengan My Chicken Dinner Route. Dari Game PUBG yang menginspirasi Jiadaturrahman tadi, seseorang yang berhasil menjadi pemenang maka ia akan disebut dengan *Chicken Dinner*. Jiadaturrahman adalah seorang *Chicken Dinner*. Sebagai seorang Agent Solution Assistant, ia ditargetkan oleh perusahaan untuk menangani 500 nasabah potensial setiap tahunnya. Saat itu ada seorang nasabah wanita yang mengaku bahwa ia telah melakukan pengajuan pembuatan kartu kredit ke Bank BCA namun ditolak hingga 20 kali.

Dengan kompetensi yang dimilikinya, akhirnya terciptalah kreativitas-kreativitas seperti *Tactical Analytic, Headshot Point* dan *Gerilya Strategy*. Kreativitas *Tactical Analytic* adalah analisa yang cepat untuk mengetahui kenapa pengajuan kartu kredit nasabah wanita tersebut ditolak oleh Bank BCA hingga 20 kali. Dari analisa yang telah didapatkan dari sistem BCA, hasilnya nasabah tersebut sulit dihubungi di jam kerja oleh pihak analis yang melakukan verifikasi data, ia pun mencantumkan alamat email yang sudah tidak aktif. Dokumen yang dilampirkan juga tidak valid, salah satunya slip gaji yang tidak aktif. Nasabah juga tidak tahu bahwa membutuhkan waktu 3 bulan setelah

penolakan pertama kali untuk melakukan pendaftaran ulang. Jika kurang dari jangka waktu tersebut melakukan pendaftaran ulang, maka secara otomatis ditolak oleh sistem.

Dari analisis tersebut, Jiadaturrahman melakukan kreativitas yang kedua *Headshot Point*. Kreativitas ini yang dimaksudkan adalah menyampaikan poin-poin penting untuk pengajuan kartu kredit nasabah. Poin tersebut diantaranya nasabah harus memiliki pendapatan minimum 3 juta rupiah perbulan, dokumen yang valid dan terbaru, dan mudah dihubungi untuk dilakukan verifikasi. Apabila nasabah ingin mengetahui status pengajuannya , maka mereka dapat menghubungi Halo BCA di 1500888.

Setelah poin tersebut diketahui, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah *Gerilya Strategy*. Langkah pasif yang dilakukan untuk pengajuan kartu kredit nasabah adalah menambahkan keterangan K1 Non Focus Customer. Artinya nasabah wanita tersebut adalah nasabah potensial di BCA. Jiadaturrahman pun langsung menghubungi nasabah dan menyuruhnya untuk selalu aktif nomor teleponnya agar dapat dengan mudah dihubungi oleh pihak terkait. Ia juga menghubungi saudari nasabah tersebut agar selalu aktif dan bisa dihubungi oleh pihak analis. Terakhir, ia menghubungi surveyor agar tetap menghubungi nasabah, melakukan pengecekkan dokumen dan kemudian diserahkan ke pihak analis.

Kreativitas yang dilakukan Jiadaturrahman membuahkan hasil 7 hari kemudian. Pengajuan kartu kredit disetujui dan kartu tersebut sudah ada di tangan nasabah. Hasil lain yang didapatkan adalah nasabah tersebut menjadi nasabah yang loyal terhadap BCA dengan membuka dua rekening juga untuk anaknya. Nasabah tersebut melakukan transaksi di mana saja dan tentunya meningkatkan performa bisnis nasabah tersebut. Bagi Jiadaturrahman sendiri, ia menjadi Agent yang diandalkan oleh nasabahserta berkontribusi pada pencapaian target penjualan perusahaan.

Untuk meningkatkan kualitas pelayananannya, maka pengembangan kemampuan yang selalu dilakukan oleh Jiadaturrahman adalah mengikuti seminar Public Speaking dan

seminar Sales and Telemarketing. Ia pun acap kali aktif pada kegiatan yang sering diselenggarakan oleh kantor.

Hasil yang memuaskan dari kreativitas yang dilakukan berimbas pada nilai Key Performance nya di semester pertama tahun 2019. Untuk nilai *Successful Contact Ratio* ia berhasil memberikan pencapaian yang signifikan dan melebihi target yang telah ditetapkan 90%. Paramater berikutnya terkait seberapa tepat dan akurat informasi yang disampaikan Jiadaturrahman kepada nasabah. Maka nilai target *Accuracy of Information* mencapai 100% dari yang ditargetkan. Nilai kualitas pelayanan pun atau *Service Quality* mencapai target yang diinginkan perusahaan yakni 100%. Dari ketiga target tersebut membawanya mencapai kesuksesan nilai pengukuran terakhir *Disbursed Application* yang melebihi target perusahaan 40%.

Dari hasil pencapaian yang nyaris sempurna dapat menjadikan gambaran bahwa ia berhasil menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sebagai Agent Telemarketing. Tidak berhenti sampai di titik ini, Jiadaturrahman pun terus mengembangkan dirinya untuk beberapa motivasi. Motivasi dengan melakukan kunjungan ke beberapa perusahaan besar untuk belajar cara mereka meraih kesuksesan dalam bidang marketing. Ia pun akan membuat komunitas Telemarketing di Indonesia untuk tempat berbagi kepada sesama Telemarketer. Tidak luput dari keinginan terbesarnya adalah ia akan mengikuti lomba Contact Center World atau lomba contact center tingkat dunia, untuk mewakili BCA dan mewakili Indonesia menjadi juara di dunia dan mengharumkan nama Indonesia di kancah Internasional. ✆

Up-grade Agent Prioritas ke Layanan Media Sosial

Julia Imelda
Pemenang Gold The Best Team Leader
Halo BCA, PT Bank Central Asia, Tbk

Mengutip sebuah kalimat dari John Maxwell yang membuat Julia Imelda semakin berusaha untuk mengembangkan timnya. Wanita lulusan S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universotas Prof. Dr. Moestopo Beragama ini bergabung di Halo BCA sejak 9 tahun yang lalu. Seiring berjalannya waktu, Julia menganggap kantornya adalah rumah kedua baginya. Julia mengaku, dengan berada di kantor ia merasakan kenyamanan dalam bekerja. Julia juga tidak pernah merasakan kejenuhan untuk berada di ruang kerjanya, karena dirinya selalu dikelilingi kehangatan dari anggota timnya.

"Berbicara mengenai kepemimpinan bukan dengan seberapa jauh kita dapat mengembangkan diri, tetapi seberapa jauh kita mampu mengembangkan orang lain". ~ John Maxwell

Lahir di salah satu kota penghasil kopi di Indonesia, Sidikalang, Julia berhasil menjemput mimpinya di Jakarta untuk menjadi seorang The Best Team Leader. Dalam ajang The Best Contact Center Indonesia 2019 ia mampu memenangkan medali Gold. Kemenangan yang ia raih tentunya tidak lepas dari keberhasilannya dalam menjalankan tugas dan kewajiban yang

menghabiskan waktu hampir 10 jam setiap hari. Salah satunya adalah tanggung jawab untuk cepat dan tepat dalam mengambil keputusan. Ia harus menguasai skill dasar dan menguasai prosedur pelayanan sehingga dapat menjalankan operasional dengan baik.

Di Halo BCA, Julia memiliki anggota tim sebanyak 10 Agent. Bersama dengan timnya, Julia menangani lebih dari 1200 calls yang masuk layanan prioritas setiap harinya. Untuk itu ia dituntut untuk bekerja secara tim dengan baik. Pemahaman akan target dan standar kerja yang baik akan membantunya melakukan pemantauan dan evaluasi yang juga menjadi tugasnya sehari-hari. Dengan pemantauan dan evaluasi tersebut, Julia juga bertanggung jawab untuk bisa mengenali keahlian anggota timnya.

Team Leader yang sukses adalah team leader yang mampu membentuk dan menciptakan leader-leader lain yang kreatif dan inovatif. Untuk menjadi Team Leader yang sukses, semua tanggung jawab yang Julia emban tentu tidak terlepas dari kompetensi yang dimiliki. Kompetensi tersebut berupa kemampuan *Fast Learner* atau kemampuan belajar dengan cepat. Kemampuan tersebut menjadi kunci kesuksesan karirnya. Dengan menjadi pembelajar yang cepat, Julia menjadi seorang yang selalu diunggulkan dan tangguh dalam setiap informasi.

Kerap dijuluki Halo Info berjalan di Halo BCA, Julia merupakan sumber informasi bagi para Customer Service. Informasi yang ia miliki membuat anggota tim yang lain, sering bertanya dan melakukan eskalasi permasalahan bersama dengannya. Kompetensi lain yang mendukungnya dalam menjalankan tugas adalah *Leadership Skill* atau keahlian dalam memimpin. Sebab untuk mampu mempimpin anggotanya harus dimulai dengan mempimpin dirinya terlebih dahulu. Kemudian kompetensi *Good Decision Making* atau kemampuan dalam mengambil keputusan. Julia selalu cepat dan tepat dalam

mengambil keputusan di berbagai situasi yang ada. Kompetensi yang terakhir adalah *Managing Team* atau mengelola anggota. Sebagai Team Leader, Julia adalah obor di Jalan Malam, ia mengerti kapan dirinya harus mundur dan meluangkan ruang untuk anggota timnya. Dengan demikian anggota timnya dapat berkembang dengan baik secara individu maupun secara tim.

Dalam menjalankan tugas pastinya Julia ingin memberikan yang terbaik, untuk itu ia menciptakan sebuah program kerja yang ia beri nama *Leveraging Agent : Priority to Socmed*. Priority adalah segmen nasabah BCA yang dilayani dengan Agent Prioritas, sedangkan social media adalah jenjang karir lanjutan dari Agent Prioritas, Kebutuhan akan jumlah Agent Social Media meningkat drastis di era digital ini. Untuk memenuhi Agent Social Media, sumber daya hanya berasal dari layanan Prioritas yang Halo BCA miliki. Tentu saja sudah menjadi keharusan bagi Julia untuk mempersiapkan para Agent Prioritas menuju ke Agent Social Media.

Program kerja yang diciptakan tersebut berlatar belakang dari beberapa aspek. Saat ini di BCA lahir generasi kedua nasabah prioritas didominasi oleh gen Y dan Z yang biasa dikenal dengan generasi milenial. Pola pikir *nasabah* milenial tentu cenderung lebih praktis dan menyukai layanan digital. Hal ini mendorong Julia sebagai Team Leader untuk ambil bagian di dalamnya dengan tidak meninggalkan kualitas *pelayanan premium* yang BCA miliki. Pencapaian target status level yang tinggi dan kualitas layanan untuk memenuhi tuntutan nasabah pastinya membutuhkan Agent yang kompeten agar mereka tetap menjaga pelayanan premium. Sudah menjadi kewajiban bagi Julia untuk meningkatkan wawasan media sosial kepada Agent prioritas yang akan promosi layanan ke Agent Social Media.

Latar belakang program yang Julia miliki didukung oleh beberapa data. Yang pertama, penurunan nasabah baby boomers dan gen X diiringi dengan peningkatan secara signifikan jumlah nasabah milenial yang mencapai 11.578.964 pada tahun 2018. Yang artinya nasabah milenial cenderung menyukai layanan social media dibandingkan dengan layanan inbound. Pertumbuhan layanan inbound call cenderung

menetap sedangkan pertumbuhan layanan social media cenderung terus naik. Data tersebut sejalan dengan pertumbuhan nasabah milenial di BCA yang gemar menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan BCA.

Selanjutnya adalah nilai Service level dan Kualitas Pelayanan yang mencapai 100% tidak perlu diragukan. Justru hal tersebut menjadi tantangan baru bagi Julia untuk mempersiapkan Agent nya ketika promosi ke layanan social media. Untuk itu nantinya meskipun nasabah yang dilayani di social media beragam, maka Agent tetap bisa memberikan pelayanan yang prima.

Demi menyukseskan program kerja tersebut, Julia melakukan 3 kreativitas. Kreativitas *Sitting Arrangement,* yaitu membagi anggota timnya ke dalam dua zona. Zona pertama adalah zona *expert staff area* yang diperuntukkan bagi Agent Expert yang sudah dibentuk dan siap menuju ke layanan social media. Zona kedua adalah zona *guidance area,* Julia menghabiskan waktu lebih banyak di area ini dengan melakukan pendampingan khusus yang lebih intensif agar membangun anggotanya meningkatkan kualitas sehingga mereka dapat bergabung dengan Agent Expert.

Kreativitas kedua yang dilakukan adalah *on job training scheduling*. Julia proaktif kepada atasannya untuk menjadwalkan Agent Expertnya mengikuti pelatihan social media lebih awal. Dipimpin langsung oleh Team Leader layanan social media dengan durasi 2 jam setiap sesinya dan bertemu langsung dengan social media expert. Keuntungan yang didapat dengan melakukan pelatihan social media lebih awal pastinya Agent Expert yang Julia miliki menjadi prioritas utama untuk bergabung ke layanan social media di kemudian hari.

Kreativitas yang ketiga adalah melakukan *Sweeter*. Julia memahami apabila kurangnya apresiasi dari seorang Team Leader dapat membuat seorang karyawan yang tadinya berprestasi menjadi tidak bersemangat dalam bekerja. Maka dari itu Julia selalu memberikan apresiasi kepada anggotanya. Apresiasi tidak selalu berupa uang, namun bisa dalam bentuk pujian. Salah satunya memberikan kata “Good Job!”, “Kamu hebat!”, “Pertahankan poin 1 dan poin 2!” serta memberikan apresiasi berupa sertifikat yang ditandatangani langsung oleh

Vice President Halo BCA. Hal tersebut semakin membuat Agent Expertnya bangga, jika anggota tim Julia melihat foto mereka terpajang di Wall Board Halo BCA yang bisa disaksikan oleh seluruh member Halo BCA di lima site di Indonesia. Hal ini akan semakin memotivasi Agent Guidance Area agar dapat bergabung dengan Agent Expert.

Setiap proses yang dilakukan dengan baik, pastinya akan menunjukkan hasil yang baik juga. Kreativitas-kreativitas yang telah dilakukan tersebut membawa Julia meraih hal yang positif. Di tahun 2018 yang tadinya Agent Expert hanya berjumlah total sekitar 9 orang, dengan kreativitas yang dilakukannya ia dapat mencapai lebih banyak Agent Expert dalam waktu 6 bulan pertama di tahun 2019. Suatu kebanggaan bagi Julia sebagai Team Leader Prioritas dapat berkontribusi dengan tim layanan social media. Jika di sepanjang tahun 2018 ia hanya dapat mempromosikan 5 Agent prioritas ke layanan social media, maka pada semester 1 tahun 2019 ia dapat mempromosikan 18 Agent Prioritas ke layanan social media. Peningkatan lebih dari 300% ini tentunya berdampak positif bagi contact center Halo BCA.

Hal ini merupakan kesuksesan Julia sebagai Team Leader yang mampu menghasilkan Agent berkualitas sehingga ia dapat memberikan pelayanan premium bagi nasabah prioritasnya. Leader yang hebat tidak akan berhenti belajar jika sudah mencapai kesuksesan. Begitu pula dengan Julia yang selalu belajar dan terus mengetahui hal-hal yang baru. Salah satunya mengikuti training Leadership tahap lanjutan, training handling complaint juga training terkait management skill. Di samping belajar dari orang-orang yang hebat, Julia juga belajar sendiri membaca buku dari orang-orang sukses untuk memotivasinya agar terus maju.

Julia juga tidak segan melakukan sharing kepada timnya dan tim yang lain. Dikenal sebagai knowledge expert di Halo BCA dengan berbekal ilmu dan proses belajar yang konsisten, ia selalu ingin berbagi apa yang ia miliki. Dengan berbagi, Julia dapat terus meningkatkan kemampuan yang dimiliki.

Julia merupakan Team Leader Halo BCA Prioritas, namun ia bukan hanya milik layanan Prioritas tapi juga mengelola seluruh

layanan BCA. Terbukti dari seringnya ia dipercaya melakukan sharing yang bukan hanya di kelas layanan Halo BCA Prioritas tapi di layanan lain seperti social media dan relationship Halo BCA. Tingginya target yang ditetapkan di layanan Prioritas, tidak membuat Julia menyerah justru memacunya untuk terus berjuang bukan hanya mencapai target tapi untuk melampaui target yang diberikan.

Pencapaian kinerjanya selama 6 bulan awal tahun 2019 berupa Service Quality atau kualitas layanan yang diukur oleh tim Quality Assurance menghasilkan cerminan kualitas layanan Halo BCA bagii nasabah. Dengan target 91% timnya mampu melampaui target yang sudah diberikan. Kemudian pencapaian nilai Adherence. Contact center selalu bermasalah dengan kedisiplinan. Ketika nasabah siap seringkali Agent tidak siap, begitu juga sebaliknya. Perlu adanya solusi untuk memecah kedisiplinan. Terlebih di contact center terutama di Halo BCA dengan target kedisiplinan 95%, Tim Julia mampu melampaui target 95%. Begitu juga untuk pencapaian productivity yang dengan target 86% berarti hanya diperbolehkan dengan waktu produktif 1 jam 20 menit tim Julia mampu mencapai hal tersebut. Yang terarkhir yaitu kinerja fatal error, yang mana di Halo BCA tidak mentolerir kesalahan dengan target 0%. Dengan target ini, Julia beserta tim mampu mencapai target tersebut.

Keberhasilan pencapaian tersebut adalah dengan menunjukkan satu langkah di depan, menjadi pembelajar yang tepat dan menjadi Halo Info berjalan. Dengan demikian timnya mendapatkan informasi yang lebih cepat dan akurat. Seluruh pencapaian yang dilakukan tidak lebih dan tidak lain termotivasi oleh beberpa hal. Julia ingin terus mengasah kemampuan yang dimiliki agar dapat menjadi special case expert di Halo BCA dan menjadi duta layanan digital di Halo BCA dengan harapan menjadikan BCA sebagai layanan nomor 1 di Indonesia. ✆

Keberhasilan Program TRANSIT

Kawas Rolant Tarigan
Pemenang Gold Best Of The Best Trainer
Kring Pajak 1500200, KLIP DJP, Kementerian Keuangan

Terpisah antara dua Benua dengan istri dan anak-anaknya, Kawas Rolant Tarigan semakin akrab bersama jarak yang menguji cintanya terhadap keluarga kecilnya. Mengisi hari-harinya dengan kesendirian dan perjuangan, Kawas Rolant berupaya untuk ikut berkontribusi kepada Negeri tercinta. 11 tahun berkarir di KLIP DJP, Kawas Rolant merasa sangat beruntung karena pada Juni 2014 ia bergabung dengan Kring Pajak 1500200 untuk melayani wajib pajak di seluruh Indonesia.

Terinspirasi dari kedua orang tuanya yang berprofesi sebagai guru, Kawas Rolant memiliki ketertarikan di bidang mengajar. Hal tersebut ia manfaatkan untuk menjadi Trainer di Kring Pajak sebagai bentuk pengabdiannya kepada Negeri. Kecintaannya pada mengajar membawa Kawas Rolant terus berinisiatif mengembangkan diri. Terlihat dari prestasi dan karir yang selalu ditorehkan, ia berkesempatan mengikuti kompetisi The Best Contact Center Indonesia 2019 dan mampu memenangkan medali Gold pada kategori Best of the Best Trainer.

Kemenangan dalam peraihan medali Gold didukung dengan suksesnya program kerja yang ia jalankan di Kring Pajak. Hal tersebut juga tidak terlepas dari tugas dan tanggung jawab yang ia jalankan. Sebagai seorang Trainer, pria kelahiran Binjai 13 Agustus 1986 ini memiliki 3 tugas utama. Pertama adalah *Teaching,* yakni mengajar kelas demi kelas akademi Kring Pajak sesuai dengan kurikulum yang diberikan kepada dirinya. Kedua

adalah *Facilitating* dengan menyiapkan kelas pelatihan yang baik maka Kawas Rolant, dan para pengajar atau pembicara lainnya baik dari dalam Kring Pajak atau luar dapat melakukan kegiatan pembelajaran dengan lancar. Ketiga melakukan *Benchmarking* untuk menjaga kualitas pelayanan yang ada di Kring Pajak. Kawas Rolant menjadi PIC benchmark ketika Kring Pajak mengunjungi instasi lain ataupun sebaliknya.

Untuk mendukung dirinya dalam melakukan tugas dan tanggung jawab tersebut, Kawas Rolant memiliki 3 kompetensi yang terus ditingkatkan. Yang pertama kompetensi *Fast Learner*. Peranan perpajakan yang begitu dinamis serta jaminan bahwa peraturan dan aplikasi yang paling terbaru yang seharusnya Kawas sampaikan, mengharuskan dirinya menjadi pembelajar yang cepat. Trainer adalah orang-orang pertama yang dibekali pembaruan aplikasi dan peraturan perpajakan kemudian mereka harus menyampaikannya kepada Agent.

Kompetensi kedua adalah *Impressive Deliverer,* yaitu cara menyampaikan materi dengan mantap. Bukan hanya memberikan ilmu dan pengetahuan saja, tetapi juga menjadikan kelas-kelas yang diikuti Agent menjadi lebih menarik. Bagi Kawas Rolant, training tidak boleh menjadi waktu-waktu yang membosankan untuk para Agent. Untuk itu ia harus mengemas training agar semenarik mungkin.

Kompetensi yang terakhir adalah kemampuan *Good Organizer*. Sebagai bagian dari tim, Kawas Rolant harus mempunyai kemampuan mengatur yang baik. Mengatur jadwal dirinya sendiri, mengatur jadwal trainer lain, berkoordinasi dengan banyak orang dan juga menyiapkan sarana dan prasarana pelatihan.

Poin penting agar kelas pelatihannya terlaksana dengan baik dan menarik, Kawas Rolant memiliki satu program kerja yang ia beri nama TRANSIT, Training Synergy Innovative Touch the Point.

Huruf S pada kata TRANSIT sendiri adalah melambangkan aplikasi seluler Canada yang bisa mengumpulkan dan memetakan data angkutan umum secara real-time di 125 area metropolitan di seluruh dunia, dengan tujuan menyederhanakan kerutan angkutan umum yang ada. Sama seperti kegiatan Training yakni harus menyederhanakan kerutan dan masalah yang ada sehingga Agent mendapatkan energi yang lebih baik setelah mengikuti kegiatan Training.

Layaknya transit pada sebuah perjalanan, training adalah waktu singgah sebentar sebelum Agent melanjutkan tujuan perjalanan yang ingin dicapai. Pembuatan program TRANSIT sendiri dilatarbelakangi oleh beberapa hal, seperti menentukan materi pelatihan yang paling tepat untuk Agent, sehingga pelatihan tersebut memiliki dampak yang signifikan.

Latar belakang kedua adalah mengatasi ketidakseimbangan jumlah pegawai di Kring Pajak. Tujuan yang ingin dicapai adalah terciptanya teamwork yang baik, agar dapat melaksanakan project yang ada secara kerjasama. Latar belakang ketiga adalah berdamai dengan beban kerja dengan menciptakan pelatihan yang strategis. Harapannya Agent tidak lagi merasa dibebani dengan adanya training maka efektivitas kerjanya lebih meningkat.

Latar belakang yang dipaparkan tersebut dibantu dengan data-data yang tersedia. Pertama adalah banyaknya peraturan perpajakan. Hingga saat ini ada sekitar 16.209 peraturan perpajakan yang ditarik per awal Juli 2019. Juga konsekuensi bergabungnya Indonesia di organisasi Internasional mengharuskan Indonesia membuat peraturan-peraturan domestik setiap kali ada percakapan Internasional yang sekarang mengarah pada *is of doing business*. Kemudahan yang tercipta yakni e-filing, e-faktur, e-registration, e-billing dan elektronik lainnya. Hal ini membuat panggilan terkait aplikasi saat ini meningkat drastis hampir 70%. Namun, pelayanan mengenai penggunaan aplikasi tersebut membutuhkan Average Handling Time yang lebih lama dari biasanya. Hal tersebut menjadi prioritas bagi Kawas Rolant untuk mengelompokkan mana yang sangat penting untuk dijadikan sebagai bahan training.

Yang kedua adalah dengan jumlah pegawai Kring Pajak sebanyak 382 pegawai, 4 trainer beserta 129 Agent inbound baru pada Maret dan April 2019 membuat over recruitment tetap menjadi permasalahan setiap tahunnya. Beruntungnya, 129 pegawai baru tersebut dapat disiasati dengan melakukan On the Job Training di kantor pajak atau KPP. Menerapkan kesepakatan *win win solutions* yang mana untuk pihak KPP akan terbantu dengan adanya Agent baru yang membantu mengurusi SPT. Serta bagi Agent baru mereka juga terbantu karena dibekali dengan pengetahuan dan pengalaman di lapangan sebelum mereka terjun langsung ke Kring Pajak.

Disaat yang bersamaan, para trainer fokus ke 120 Agent Inbound Existing dengan Skill Script yang sudah dijalankan selama 3 tahun. Yakni mengenai ketentuan pajak dan aplikasi seperti PPH, PPN dan aplikasinya, disamping itu ada ratusan Agent lainnya yang juga harus mereka fasilitasi pelatihannya.

Yang ketiga yakni mengenai beban kerja dan ketepatan waktu training. Ditarik dari data incoming call pada tahun 2018, dimulai pada bulan Januari sampai Februari selalu penuh dengan pertanyaan SPT. Begitu juga dengan bulan Juni dan Juli yang seharusnya rendah, namun di bulan Juli 2019 panggilan ternyata naik karena adanya perubahan tarif pajak UMKM menjadi setengah persen. Permasalahan yang dihadapi saat itu adalah pada caturwulan pertama Kring Pajak juga terjadwalkan banyak training. Hal tersebut memicu pengevaluasian pelaksanaan trainingnya agar menjadi tepat waktu.

Dari data dan latar belakang tersebut Kawas Rolant menciptakan 3 kreativitas yang ia sebut dengan 3tion, yakni *Data Utilization, Solid Collaboration* dan *Pattern Prediction*. Memberikan informasi dengan pemanfaatan data disebut dengan *Data Utilizion* yakni dengan pengolahan data yang benar akan mendapatkan keputusan yang tepat. Kring Pajak memiliki sistem informasi yang bernama SIKLIP. Di dalam SIKLIP terdapat banyak data, terutama data administrasi. Di dalam data tersebut terunggah seluruh dokumen narasumber pengajar dari luar maupun dari dalam, yang berbentuk power point. Hal tersebut berguna memudahkan para Agent melihat peraturan yang tadinya berlembar-lembar dan berparagraf-paragraf. Kini

semakin mudah Agent bekerja, semakin mudah permasalahan wajib pajak terselesaikan.

Kawas Rolant juga meminta tim IT untuk memunculkan menu dokumen narasumber di menu masuk agar memudahkan dirinya mengetahui mana bahan materi yang paling banyak diunduh. Untuk nantinya menjadi pertimbangan apakah diperlukan pelatihan kembali atau sudah cukup. Seperti kasus aplikasi e-faktur yang paling banyak dicari di tahun 2018. Ia langsung dapat menemukan dan menyelesaikan permasalahan e-faktur tersebut. Kawas Rolant juga meminta Agent untuk mengisi formulir melalui google form yang ia buat sendiri untuk mengetahui kebutuhan pelatihan mereka secara detail.

Kreativitas kedua untuk menangani banyaknya jumlah pegawai, Kawas Rolant melakukan *Solid Collaboration* dengan melibatkan orang yang tepat. Kawas Rolant membagikan ke dalam 3 bagian kerjasama yakni dengan orang-orang Internal Kring Pajak, Eksternal Kring Pajak namun tetap dalam KLIP DJP, dan Eksternal KLIP DJP. Ia melakukan tandem dengan orang-orang yang dapat dipercaya dan mampu meneruskannya dalam mengajar. Dengan kualifikasi yang telah ditentukan, dan sama-sama memiliki tujuan untuk memperbaiki kualitas pelayanan. Dengan kerjasama tersebut terciptalah kemudahan dalam memberikan materi dengan saling membantu.

Kreativitas ketiga untuk menangani beban kerja, Kawas Rolant melakukan *Pattern Prediction*. Semakin bermain dengan data maka semakin tepat dapat memprediksi. Prediksi dilakukan untuk mengantisipasi segala hal yang terjadi seperti melaksanakan training yang strategis. Dimulai dengan training SPT tahunan yang dipastikan akan ramai pada bulan Maret dan April, maka sebagai Trainer, Kawas Rolant membekali Agent pada bulan Februari. Lalu PPH 21 yang ramai pada bulan Desember maka Agent diberikan pelatihan pada bulan sebelumnya.

Dari ketiga kreativitas yang dilakukan olehnya, maka terciptalah "The Right Training, The Right Trainee dan The Right Timing". Dengan demikian program TRANSIT yang dilakukan menunjukkan kesuksesannya. Dapat dibuktikan dari data yang tertera pada Training Satisfaction Index sebesar 0,8 dari

dilakukannya kreativitas *Data Utilization*. Berarti training yang dilakukan sudah tepat pada sasaran. Kemudian pembuktian lainnya terlihat dari kreativitas *Solid Collaboration* yang dilakukan secara bersama maka tercipta Training yang tepat waktu dengan angka pencapaian pelaksanaannya sebesar 100%, dan kesuksesan kreativitas ketiga adalah dengan training yang tepat menciptakan Agent yang berkualitas. Dari yang tadinya Average Handling Time sepanjang 300 detik kini menjadi 275, makin singkat makin efektif.

Tentu keberhasilan program TRANSIT ini tidak lepas dari pengembangan diri yang dilakukan oleh Kawas Rolant. Yakni dengan terus belajar menggunakan metode benchmarking ke kantor lain, mengikuti training for trainer mengikuti sharing-sharing dan melakukan praktik secara langsung.

Hal tersebut juga berdampak langsung pada nilai KPI nya dari bulan Januari hingga Juni 2020. Diantaranya adalah Accomplished Training yang mencapai target 100%, Successful Training yang melebihi target 90%, Agent Improvement yang melebihi target 90% dan target Attendance yang melebihi target 90%. Pencapaian yang luar biasa tersebut tentu tidak lepas dari beberapa mimpi yang ingin dicapai seorang Kawas Rolant selanjutnya. Pria lulusan STAN tersebut menginginkan adanya e-training yang memudahkan Agent, adanya Training Center agar adanya standar dan kualitas yang sama serta adanya kontributor yang handal. ✆

Tangani Penipuan dengan Cek dan Ricek

M. Ekawinny
Pemenang Gold The Best Agent Lembaga Publik
Bravo Bea Cukai 1500225, DJBC, Kementerian Keuangan

Bertugas sebagai Agent Inbound Bravo Bea Cukai 1500225, di tahun 2019 Muhammad Ekawinny meraih prestasi Gold pada kategori The Best Agent Lembaga Publik dalam ajang The Best Contact Center Indonesia. Ekawinny menceritakan pengalamannya sebagai Agent Inbound di hadapan dewan juri pada tahap 2 lomba Individual, yakni lomba Presentasi.

Bergabung di Bravo Bea Cukai 1500225 pada Juli 2016 hingga saat ini, tentu Ekawinny memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab sebagai Customer Service. Tugas tersebut seperti menyampaikan informasi kepada pelanggan dalam hal yang berhubungan dengan kegiatan ekspor impor, memberikan pelayanan dan tentunya melakukan pencatatan. Menjadi Agent Inbound, Ekawinny sudah dibekali dengan modal utama yang sangat kuat. Modal tersebut dibagi menjadi 3 kompetensi yang sangat ia kuasai.

Kompetensi tersebut berupa Knowledge, Skill dan Attitude. Kompetensi Knowledge yaitu kemampuan untuk memahami peraturan yang berhubungan dengan ekspor dan impor. Kemudian untuk kompetensi Skill berhubungan dengan kemampuan untuk bisa mendengarkan secara baik dan membuat analisa secara akurat. Yang terakhir adalah Attitude

yang mencerminkan dirinya sendiri, seperti ramah, sopan dan harus percaya diri.

Pernah suatu ketika dalam melayani pelanggan, selaku Agent Inbound Ekawinny menemukan sebuah permasalahan, yakni sebuah penipuan yang menimpa salah satu pelapor, sebut saja namanya Irvan. Dalam kasus tersebut pelapor ingin membeli sebuah Iphone X, dari toko online di salah satu media sosial. Pelapor awalnya dihubungi oleh pihak yang mengaku berasal dari Bea Cukai. Yang bersangkutan juga dikabarkan bahwa barang yang dibeli tersebut terindikasi barang ilegal, sehingga harus menebus barang tersebut sebesar 15 juta sebagai jaminan.

Hal mengkhawatirkan bagi Ekawinny adalah ketika pelapor sedang menyampaikan laporannya, namun tiba-tiba sambungan teleponnya terputus. Ekawinny khawatir jika yang bersangkutan sudah melakukan transfer kepada pihak yang mengaku berasal dari Bea Cukai. Dengan kasus tersebut, ada beberapa hal atau kreativitas yang dilakukan oleh Ekawinny untuk membantu pelapor tersebut.

Kreativitas tersebut adalah mendengarkan poin-poin penting yang disampaikan oleh pelapor, kemudian melakukan kegiatan Cek dan Ricek. Dengan melakukan pengecekan, segala informasi yang dibutuhkan akan didapatkan. Ekawinny melakukan pengecekan dengan memastikan akun media sosial tempat Irvan membeli barang, namun hasil yang didapatkan mengejutkan. Akun tersebut ternyata sudah hilang di media sosial.

Dengan hilangnya akun media sosial tersebut, Ekawinny terus melakukan Cek dan Ricek sampai akhirnya dirinya dapat menganalisa bahwa akun yang diinformasikan tersebut sengaja dibuat untuk melakukan tindak penipuan. Ketika sang penipu sudah mendapatkan korban, maka akun tersebut langsung dihapus.

Tidak hanya sampai disitu, kreativitas selanjutnya yang dilakukan oleh Ekawinny adalah melakukan Call Back, yaitu menghubungi kembali pelanggan. Ekawinny menghubungi Irvan dengan menyampaikan hasil analisanya bahwa akun media sosial tempat Irvan membeli barang adalah akun yang digunakan untuk melakukan penipuan. Ekawinny juga memaparkan kepada yang bersangkutan mengenai peraturan barang ekspor dan impor. Dengan bantuan Bravopedia yang ia buat, maka memudahkan menyampaikan peraturan barang ekspor dan impor. Kreativitas Bravopedia ini juga yang membantu dalam menangani kasus penipuan ini.

Ekawinny merasa bersyukur dan lega, karena akhirnya pelapor tidak melanjutkan untuk melakukan transfer uang sejumlah yang disebutkan oleh penipu karena kreativitas yang dilakukannya. Beberapa saat kemudian setelah kejadian tersebut, Ekawinny diberi kabar oleh para rekannya bahwa ada satu postingan di media sosial yang menceritakan pengalaman mengenai penipuan dan penanganan yang diberikan oleh Bravo Bea Cukai.

Ternyata orang yang memposting pengalamannya tersebut adalah Irvan. Postingan tersebut adalah apresiasi dan ucapan terima kasih yang ditujukan kepada Ekawinny. Perasaan bahagia karena telah berhasil membantu orang lain, membuat Ekawinny selalu mengingat pengalaman berharga yang pernah ia jalani. Dengan pengalaman dan kreativitas yang dilakukannya dapat membuahkan hasil yakni peraihan medali Gold, pada kategori The Best Agent Lembaga Publik. ✆

Melancarkan Aktivasi UMKM dengan Kreativitas ADMIN

Muhammad Aditya Bakry
Pemenang Gold The Best Back Office
HAI 14090, DJPb, Kementerian Keuangan

Berbicara mengenai pengalaman kerja, semua berawal setelah Bakry lulus dari STAN. Menandatangani sebuah ikatan dinas yang bunyinya cukup horor bagi sebagian orang, "Bersedia ditempatkan di mana saja" membuat Bakry terkejut. Apakah dirinya akan ditempatkan di ujung Barat Indonesia ataukah ujung Timur Indonesia di Merauke. Ternyata Tuhan menakdirkan Bakry untuk bertugas di sebuah kota di Riau tepatnya di Pekanbaru. Sebagai Front Office, Bakry ditempa dan mendapatkan pengalaman melayani Stakeholder seperti satuan kerja, Bank, masyarakat maupun Pemda.

Pria bernama lengkap Muhammad Aditya Bakry ini mengawali pekerjaannya di dunia contact center pada tahun 2016, ketika kantor pusatnya melakukan kegiatan seleksi pegawai bertalenta di bidang Teknologi Informasi. Berharap menjadi seorang ahli IT di kantor pusat, justru takdir membawanya menjadi bagian dari contact center di kantor pusat. Setelah mencoba ternyata Bakry sangat menyukai pekerjaannya di contact center. Di tahun 2016 lah hingga sekarang Bakry menjadi Agent Back Office di HAI DJPb, sebuah layanan contact center milik Direktorat Jenderal Perbendaharaan – Kementerian Keuangan Republik Indonesia.

Muhammad Aditya Bakry adalah pria kelahiran Jakarta, 3 Juli 1992. Sebagai Agent contact center Bakry berharap bahwa di bulan Juli 2019 yang merupakan bulan kelahirannya ia dapat

memenangkan kompetisi The Best Contact Center Indonesia yang ia ikuti. Mengingat pelaksanaan lomba Individual ajang tersebut dihelat tepat di bulan kelahirannya. Betul saja, atas usaha dan doa yang secara konsisten dilakukan Bakry mampu menjadi pemenang Gold pada kategori The Best Back Office. Dari sekian banyaknya peserta, Bakry lahir sebagai pemenang baru di dunia contact center. Tentu sebuah kebanggaan, di bulan kelahirannya ia dapat menorehkan prestasi yang membanggakan instansinya.

Melayani konsultasi melalui media email, melakukan eskalasi permasalahan kepada tim teknis, melayani keluhan pelanggan, melakukan koordinasi dengan tim teknis dan mengkonfirmasi penyelesaian masalah adalah 5 tugas utama Bakry sebagai Back Office di HAI DJPb. Dalam menjalankan 5 tugas utamanya, Bakry sudah mempersiapkan senjata 4 pamungkas yang dapat membantunya.

Pertama adalah kemampuan menganalisis setiap permasalahan yang diberikan Agent Inbound serta memberikan solusi dan data yang perlu disiapkan. Yang kedua adalah kemampuan komunikasi, agar solusi yang disampaikan langsung sampai tepat pada sasaran sehingga tidak menimbulkan salah persepsi. Kemudian yang ketiga adalah kemampuan manajemen waktu untuk menyelesaikan permasalahan karena terikat dengan SLA yang harus ia penuhi. Yang terakhir adalah pengetahuan terkait perbendaharaan dengan memahami seluk beluk APBN.

Selama bertugas sebagai Back Office, Bakry memiliki banyak pengalaman pelayanan. Salah satun pengalaman yang sangat mengesankan baginya adalah Seorang Stakeholder pria yang juga sebagai pengusaha UMKM di kota Tangerang menghubungi Bakry. Ia memiliki pinjaman sebesar 350 juta di salah satu Bank BUMN dengan inisial M. Stakeholder sudah melakukan pelunasan pinjamannya di awal tahun 2019. Tapi

setelah ingin meminjam dana kembali untuk memperbesar usahanya di Bank BUMN lainnya dengan inisial B ternyata KUR dan SIKPnya tertarik. Stakeholder pun marah dan tidak dapat meminjam dana lagi. Ia langsung menghubungi HAI DJPb. Sebagai informasi, KUR adalah Kredit Usaha Rakyat yang merupakan program prioritas pemerintah dalam mendukung UMKM melalui kebijakan pemberian kredit atau pembiayaan pada UMKM. Sedangkan SIKP merupakan bagian penting dalam proses pelaksanaan KUR Mikro.

Dengan permasalahan tersebut Bakry selaku Back Office turut serta membentuk kebutuhan pelayanan Stakeholder yang menginginkan permohonan konfirmasi status pelunasan KUR di Bank M. Stakeholder juga menginginkan statusnya di SIKP diubah menjadi lunas di Bank M serta ia menginginkan agar dapat meminjam dana kembali di Bank B. Sebagai Agent Back Office, Bakry menanggapinya dengan melakukan kreativitas pelayanan yang ia namakan ADMIN yaitu Analisis, Dokumentasi, Merumuskan, Identifikasi dan Negosiasi.

Yang pertama kali Bakry lakukan adalah melakukan *analisis* semua data yang telah disampaikan Stakeholder di SIKP, ternyata seluruh datanya benar. Kemudian data-data tersebut didokumentasikan ke dalam sebuah folder untuk dilakukan eskalasi lebih lanjut. Selanjutnya Bakry merumuskan solusi yang dapat diambil untuk permasalahan Stakeholdernya tersebut. Yang keempat ia melakukan identifikasi mengenai solusi terbaik yang paling mungkin dilakukan saat itu juga. Kemudian ia melakukan negosiasi dengan teknis untuk mempercepat penyelesaian masalah juga melakukan negosias*i* dengan Stakeholdernya untuk bersabar agar ia dapat melakukan peminjaman kembali setelah permasalahannya ditangani.

Setelah dilakukan penyelesaian masalah, Stakeholder akhirnya dapat melakukan peminjaman kembali di Bank BUMN dengan inisial B. Dengan keberhasilan Stakeholder meminjam dana, sektor UMKM terus bergerak. Bayangkan jika ada sekitar 2,3 juta Stakeholder yang membangun UMKM apabila pinjamannya bermasalah maka perekonomian di Indonesia pun juga bermasalah dan tidak akan maju.

Bagi Stakeholder dengan kreativitas yang dilakukan oleh Bakry ini tentu usahanya semakin maju dan sukses. Bagi Bakry sendiri berkat kreativitas yang dilakukan, dirinya mampu mewujudkan visi dari organisasinya yaitu mengawal APBN untuk membangun Negeri. Bakry juga bersyukur organisasi yang tempat ia bernaung selalu mendukungnya untuk melakukan pengembangan diri dengan 3 hal yaitu Belajar, Berlatih dan Berbagi.

Bakry aktif belajar peraturan dan bisnis terbaru terkait dengan APBN, karena ia harus mengenal struktur APBN. Tidak hanya itu Bakry juga mempelajari teknis aplikasi karena di instansinya, yang terdiri dari hampir 200 aplikasi yang dikembangkan dan dipakai di seluruh satuan kerja di Indonesia. Melakukan latihan presentasi juga kerap dilakukannya agar mampu membangun kepercayaan dirinya. Diluar dari dua pengembangan diri yang telah disebutkan, acapkali Bakry melakukan kegiatan berbagi, dengan mengedukasi mengenai APBN Indonesia.

Melakukan pengembangan diri sudah, melaksanakan seluruh kreativitas pun juga sudah. Kini seluruh kegiatan yang dilaksanakan selama 6 bulan berturut-turut dari bulan Januari hingga Juni 2019 menghasilkan sebuah pencapaian dalam Key Performance Indicator. Ada 4 aspek utama yang dinilai dalam kinerja Bakry. Aspek Kedisiplinan dan kehadirannya yang mencapai 98,27% dari target yang telah ditetapkan sebesar 90%. Selanjutnya ada aspek Persentase Kepuasan Pengguna yang terselesaikan sebesar 96,65% dari jumlah tiket yang telah diselesaikan sebanyak 3139 tiket. Lalu untuk penyelesaian tiket, Bakry berkontribusi sebanyak 2/3 dalam menyelesaikan tiket yang masuk ke dalam divisinya dengan pencapaian kontribusi 66,66%. Bakry juga dituntut mencapai nilai SLA 80%, namun ia dapat membuktikan bahwa mampu mencapai 99,30% melampaui target.

Dengan pencapaian yang besar, tentu Bakry memiliki motivasi pengembangan. Motivasi pengembangan yang sangat ia inginkan adalah membangun relasi dan networking, agar penyelesaian permasalahannya akan semakin mudah. Yaitu dengan pembuktian diri mengikuti ajang The Best Contact Center Indonesia 2019. Bakry ingin membuktikan bahwa

pimpinannya tidak salah memilihnya sebagai Agent terbaik di Back Office HAI DJPb. Untuk organisasi Bakry ingin memberikan peran dengan membangun Branding HAI DJPb dan juga ingin memperkenalkan bahwa Direktorat Jenderal Perbendaharaan merupakan Ibu Negara dalam Kementerian Keuangan. Sampai pada motivasi utamanya sebagai seorang ayah yang memiliki istri dan seorang anak perempuan, ia ingin memiliki karir yang baik untuk dapat menjamin masa depan buah hatinya dan juga istri tercinta. ✆

Transform In-Field Capability Into Contact Center

Muhammad Iqbal
Pemenang Gold The Best Supervisor
Coca-Cola Amatil Indonesia

Dapat berkarir sebagai seorang Supervisor Customer Care Coca-Cola Amatil Indonesia bukanlah hal yang mudah. Banyak sepak terjang yang harus dilewati oleh Muhammad Iqbal untuk sampai di titik tersebut. Tentunya dengan pengalaman sebelumnya menjadi Agent serta Team Leader yang matang dan kompetensi yang mumpuni ia mampu mencapai titik tersebut. Dalam pekerjaan, pria kelahiran Jakarta 35 tahun silam ini memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab.

Tugas tersebut berupa memastikan contact center selalu tersedia dan mudah untuk dihubungi, sehingga pelanggan dapat berinteraksi langsung dengan para Agent. Tugas lainnya adalah ia harus bisa mengelola tim dan menempatkan Agent di area yg tepat. Iqbal juga bertugas untuk melakukan improvisasi dengan beberapa kontribusi yang akan contact center berikan kepada perusahaan.

Untuk membantunya dalam menjalankan tugas, Iqbal tentu memiliki berbagai macam kompetensi. Kompetensi tersebut terkait dengan kemampuan *Leadership,* dimana ia harus memiliki jiwa *influencing* yang dapat memotivasi team dan juga menjadi seorang inovator. Kemudian Iqbal juga memiliki *Technical Competence,* yakni ia harus menguasai bisnis Coca-Cola Amatil Indonesia dari hulu hingga hilir. Untuk itu Iqbal harus dapat bertanggungjawab dan menganalisa hasil yang

didapat oleh Agent-Agentnya. Yang terakhir adalah kompetensi *Relationship* untuk membangun hubungan yang baik dengan para Counter Pass dan stakeholder.

Sebagai seorang Supervisor Customer Care Coca-Cola Amatil Indonesia, Iqbal ingin memberikan kontribusi yang berarti kepada perusahaan. Salah satu kontribusinya adalah dengan menciptakan program kerja untuk para Agent. Program kerja tersebut adalah "Transform in-field capability into contact center", yakni melakukan Business Credit Form Information.

Sebenarnya Business Credit Form Information sudah dilakukan Coca-Cola Amatil Indonesia sejak tahun 2011, namun terbatas hanya untuk outlet-outlet tradisional saja atau yang biasa disebut dengan General Trade. Maka dengan program kerja baru, Iqbal memindahkan kemampuan para kolektor ke dunia contact center untuk outlet-outlet modern atau yang biasa disebut dengan Modern Trade. Dilatarbelakangi dengan adanya kedua outlet yang telah disebutkan, Iqbal menyadari bahwa dari 784 ribu pelanggan Coca-Cola Amatil Indonesia, 60%nya adalah outlet kredit. Ia melihat peluang dimana Coca-Cola Amatil Indonesia harus bisa melakukan ekspansi. Di tahun 2019 lah Iqbal mulai berinisiatif untuk melakukan ekspansi tersebut.

Merujuk pada Data Analysis General Trade Success Story tahun 2018, Iqbal merata-ratakan sekitar 69 sampai 70 miliar Coca-Cola Amatil Indonesia dapat melakukan penagihan dan konfirmasi terhadap outlet General Trade. Dari total contact yang berjumlah 42.150, Coca-Cola Amatil Indonesia berhasil melakukan panggilan *promise to pay* sebanyak 872 dan dengan persentase sekitar 95% terbayarkan sesuai dengan janji pelanggan.

Melihat dari Success Story General Trade tersebut Iqbal dirundung rasa penasaran atas konsep Modern Tradenya. Ternyata setelah ditelusuri, data yang diterima hanya sebesar

65% yang dapat terbayarkan. Dari data tersebut Iqbal ingin berkontribusi terhadap Coca-Cola Amatil Indonesia untuk melakukan ekspansi di tahun 2019 yang dimulai pada bulan Januari.

Untuk menunjang program kerjanya, Iqbal memiliki beberapa kreativitas. Pertama ia melakukan *Group Discussion* dengan tim marketing, tim finance dan semua timnya untuk menetapkan target outlet-outlet mana saja yang bisa dilakukan konfirmasi melalui contact center. Kreativitas berikutnya Iqbal melakukan *Capability Assessment,* yakni ia harus memastikan bahwa tim yang sudah melakukan konfirmasi paham bahwa program kerja tersebut akan diterapkan di tahun 2019 dan dilakukan assessment.

Kreativitas yang ketiga, Iqbal melakukan Technical Development yang unik, karena ia diberikan training 3T yaitu Train to Trainer untuk bisa memberikan training kepada EUT atau End User Training. Roleplay pun harus bisa sesering mungkin diberikan kepada Team Leader ataupun Agent agar bisa membiasakan cara melakukan konfirmasi kredit. Ternyata melakukan konfirmasi kredit ke General Tread berbeda dengan treatment ke Modern Treat. Maka dari itu ia terus melakukan roleplay. Di setiap bulannya ia mengundang tim finance ataupun sebaliknya untuk melakukan review atas hasil Kredit Form Confirmation yg sudah ia dan tim lakukan. Kreativitas terakhir yang biasa ia lakukan adalah melakukan coaching terhadap Team Leader dan Agent untuk bisa memotivasi mereka.

Dari keempat kreativitas yg sudah Iqbal lakukan, maka tercermin pada hasil yg luar biasa. Jika sebelumnya tim operasional Coca-Cola Amatil Indonesia hanya bisa melakukan penagihan sebesar 470 miliar, saat ini mereka berhasil melakukan penagihan sebesar 623 miliar dengan kenaikan sebesar 33%. Terkait dengan Actual Payment yaitu pelanggan yang benar-benar membayarkan penagihan sesuai dengan janji yang awalnya hanya 443 miliar untuk outlet Modern Trade sendiri kini sebesar 606 miliar yang otomatis nilai Actual Payment Ratenya naik sebesar 36%.

Tentunya dengan hasil yang luar biasa tersebut, Iqbal terus berkolaborasi dan berkoordinasi dengan para Counter Path dan

juga Tim Leader yang selalu intens memberikan briefing kepada Agentnya. Juga pastinya hasil tersebut sangat membanggakan bagi timnya karena mereka telah melakukan kontribusi yang luar biasa.

Dengan keberhasilan yang dicapai, Iqbal paham bahwa bukan hanya tim saja yang perlu dikembangkan. Iqbal juga melakukan pengembangan diri dengan terjun langsung membantu tim sales berjualan. Ia juga aktif di berbagai event yang diselenggarakan oleh perusahaan, utamanya yang mengharuskannya berbahasa Inggris. Untuk itu Iqbal melatih kemampuan berbahasa Inggris dengan bergabung di National Contact Centre English Squad.

Pengembangan diri lainnya adalah untuk menunjang program kerjanya mengenai Credit Form Confirmation, setiap bulannya ia rutin ikut Bifinance Control bersama divisi Finance. Semua upaya pengembangan yang Iqbal lakukan dapat tercermin pada Performance Indicator periode Januari hingga Juni tahun 2019. Performance Indicator yang dicapai semuanya melebihi target yang telah ditentukan. Pencapaian kinerjanya merupakan penggabungan dari program yang ditangani yaitu General Trade dan Modern Trade.

Dimulai dari tercapainya Actual Payment Rate sebesar 96,9% dari target 90%. Call Effective Ratio sebesar 90,1 % yang melebihi target 85%. Resource Availability Ratio sebesar 95,2% dari target 80%. Serta Customer Satisfaction Index yang mencapai 93,5% dari target 85%.

Hasil pencapaian tersebut tentunya Iqbal teruskan hingga dirinya berkesempatan mengikuti ajang The Best Contact Center Indonesia 2019. Dengan inovasi dan program yang dijalankan dirinya pun memenangkan medali gold pada ajang tersebut di kategori The Best Supervisor. Dari pencapaian yang sudah luar biasa tentunya Iqbal masih ingin mengembangkan contact center Coca-Cola Amatil indonesai untuk dapat berkembang lebih baik lagi. ✆

Project "Kunci" Honda Smart Key

Nadia Azaria
Pemenang Gold Best of The Best Team Leader
PT Astra Honda Motor

Nadia Azaria Mustakim, pecinta alam yang bekerja sebagai Team Leader PT Astra Honda Motor. Wanita dengan nama panggilan Nadia ini adalah seorang lulusan Fakultas Ilmu Komunikasi Sosial Universitas Kristen Satyawacana. Dalam dunia perkuliahannya, wanita berambut panjang ini sangat senang berpetualang di alam bebas. Hingga suatu ketika setelah lulus, ia mengenal alam yang lain yaitu, alam dunia perkantoran.

Memiliki pandangan yang luas mengenai segala hal, wanita kelahiran Bogor 30 tahun silam ini memutuskan untuk bergabung dengan PT Astra Honda Motor pada Oktober 2011. Pertama kali bergabung dengan PT Astra Honda Motor, Nadia ditempatkan di area Nusa Tenggara Barat, Mataram Lombok. Seiring dengan berjalannya waktu, ia menemukan bahwa alam dunia perkantoran merupakan alam yang memicu adrenalin. Bekerja di perkantoran menjadikan Nadia memiliki target KPI yang sulit dijangkau, sehingga memacunya untuk berbuat yang lebih baik lagi. Kepuasan yang tidak terhingga ia rasakan apabila target KPI tersebut berhasil ia capai.

Dari situlah ia putuskan ingin memberi pencapaian-pencapaian yang terbaik sehingga suatu hari nanti ia siap menantang alam persaingan perkantoran paling besar di Indonesia, yakni area Ibukota Jakarta. Mulai bergabung dengan

PT Astra Honda Motor Jakarta pada Desember 2018 memicu adrenalin Nadia yang lebih besar lagi. Kemewahan yang disediakan oleh PT Astra Honda Motor membuat Nadia berpikir untuk membangun karakter Sumber Daya Manusia yang tidak mudah ditiru oleh kompetitor lain.

Untuk membangun karakter tersebut, Nadia harus mampu mengembangkan kemampuan timnya, mengevaluasi serta memotivasi seluruh kinerja mereka. Demi menjalankan tugasnya dengan lancar Nadia memiliki beberapa kompetensi pendukung, seperti Leadership, Project Management, dan Communication. Dari semua tanggung jawab yang harus ia emban dan kompetensi yang ia miliki Nadia menciptakan sebuah projectnya dengan sebutan "KUNCI".

Kunci selalu dibutuhkan untuk membuka pintu kesuksesan yang masih tertutup, sama halnya juga ketika ingin menyalakan sepeda motor, pasti kita pun membutuhkan kunci. Tetapi untuk projek yang diciptakan, ia membutuhkan kunci "Honda Smart Key". Memiliki 3 tombol utama, seperti alarm anti maling dan tombol on atau off menjadikan kunci tersebut sangat penting. Saat ini Honda area BSD dikelilingi oleh dealer-dealer lainnya yang juga menawarkan kualitas pelayanan premium. Hal ini menyebabkan ekspektasi konsumen area BSD menjadi tinggi.

Dengan ekspektasi tinggi tersebut, monitoring kualitas pelayanan Honda Nadia terima per semester yang dirasa masih terlalu lama. Dengan data Employee Satisfaction yang ada, Nadia juga yakin dapat meningkatkannya ke angka maksimal. Dengan begitu banyak yang dapat diberikan oleh anggota timnya untuk berkontribusi dalam perusahaan Honda.

Diambil dari data profil konsumen area BSD yang dilengkapi oleh 67% pria dan 44%nya adalah kaum milenial, sehingga tingkat kepuasan konsumen pada tahun 2017 berada di atas 90%. Dengan 4 kali adanya penilaian, angka tersebut hanya naik

menjadi 92% di tahun 2018. Nadia berupaya untuk menaikkan pencapaian dealer Honda dengan menghadapi High-end Millennials Customer dan High Expectation atau ekspektasi pelanggan yang tinggi. Ia membutuhkan kualitas tinggi dalam pelayanan melalui project "KUNCI" yang diciptakan.

Dimulai dengan tombol pertama pada kunci Honda Smart Key, yakni answer back system. Dengan tombol tersebut dapat mendeteksi konsumen-konsumennya berada, apa kebutuhannya dan cara ia bisa membantu kebutuhan konsumen dengan lebih cepat.

Suatu cerita pengalaman menarik di pagi hari pukul 7 saat dealer Honda belum buka sepenuhnya dan timnya pun belum seluruhnya hadir. Ada seorang anak muda yang sedang lari pagi datang ke dealer untuk melihat-lihat dan memegang motor. Dilihat dari gerak-gerik anak muda tersebut, Nadia mengetahui bahwa anak tersebut ingin membeli motor. Melihat keadaan bahwa timnya belum lengkap, Nadia akhirnya mendatangi anak muda tersebut. Ternyata benar, anak muda tersebut membeli sebuah motor di dealernya dengan uang tunai saat itu juga.

Dengan pengalaman tersebut, akhirnya Nadia membuat sistem piket untuk para timnya, banyaknya penolakan dan evaluasi yang terus dilakukan kini membuat sistem piket berjalan dengan lancar. Jika sebelumnya tim datang di siang hari, kini dengan diberlakukan sistem piket maka tim sudah siap melayani mulai dari pagi hari hingga selesai jam pulang kantor.

Nadia juga memberikan beberapa ide yang dapat diterapkan oleh timnya agar konsumen tetap konsisten datang ke dealer. Yang pertama adalah sistem Reminder Service, dengan sistem ini Nadia dapat mengusulkan timnya untuk membantu mengingatkan konsumen kapan waktunya mereka melakukan service secara berkala, sehingga konsumen merasa sangat terbantu.

Ide berikutnya adalah dengan melakukan Predicted Model atau analisa penawaran kembali. Dengan ide tersebut, tim akan menganalisa siapa yang sudah punya kemampuan atau kemauan untuk membeli lagi di tanggal-tanggal tertentu. Dengan ide ini bisa diketahui juga tanggal-tanggal istimewa

konsumen seperti tanggal ulang tahun, karena tim memiliki data yang lengkap. Nadia dan tim dapat mengucapkan selamat ulang tahun atau selamat di hari-hari istimewa konsumennya. Dengan begitu hubungan timnya dan para konsumen akan menjadi lebih akrab.

Ide selanjutnya adalah menggunakan media sosial. Nadia mengajarkan timnya untuk lebih aktif menggunakan media sosial. Tidak hanya mengunggah konten yang menarik, tetapi juga melakukan siaran langsung Instagram dan Facebook yang menarik. Dengan tujuan memberi tahu kepada konsumennya bahwa mereka hadir tidak hanya berada di dunia nyata tetapi juga di dunia maya

Ide yang terakhir adalah Kamis Manis, acara sepulang kantor dalam rangka meningkatkan kemampuan komunikasi timnya dalam menyampaikan sistem kepada konsumen. Efek kamis manis ini membuat tim Nadia menjadi lebih percaya diri ketika mereka menghadapi konsumennya. Saat kondisi dealer ramai, front office tentunya sibuk menangani semua konsumen. Jika kedatangan konsumen baru, tanpa ragu back office akan membantu menangani sebelum akhirnya ditangani dengan ahlinya. Mereka saling membantu satu sama lain sehingga tercipta teamwork yang baik.

Kembali lagi ke kunci Honda Smart Key di tombol yang kedua terdapat anti-theft alarm untuk menjaga standar kualitas pelayanan tinggi dari dealer. Nadia mencoba mendeteksi kebutuhan dan mengevaluasinya dalam segala hal tidak sampai 6 jam melalui google review. Semua orang dapat menulis di google review tersebut mengenai baik, buruk, fakta atau opini. Untuk itu ia memastikan bahwa jangan sampai ada review yang turun. Nadia juga menciptakan member card yang sudah berevolusi menjadi member card digital dengan sebutan motorku. Melalui motorku, konsumen dapat berkomunikasi dengan timnya, sehingga membuat timnya menjadi lebih responsif.

Kemudian kunci Honda Smart Key yang ketiga yakni tombol on dan off. Nadia harus paham kapan ia harus memotivasi timnya dan kapan harus istirahat sejenak, agar nantinya lebih siap dan prima menghadapi konsumen. Mendapatkan julukan

tim milenial, Nadia beserta timnya menggunakan berbagai sarana kekinian untuk berkomunikasi dan berkoordinasi. Salah satunya aplikasi Whatsapp sebagai media evaluasi dan sharing secara tertulis.

Untuk membuat timnya lebih semangat, Nadia juga berinisiatif melakukan Youtube Day di hari Sabtu. Kegiatan tersebut dijadwalkan setengah hari untuk wadah berbicara dan bertukar pikiran yang seru. Nadia akan memilih channel Youtuber Honda yang mengulas tentang cara penyampaian dan juga kualitas motor Honda menurut mereka. Nadia mengajak timnya untuk berdiskusi dengan nyaman untuk membahas pelayanan hangat kepada konsumennya, sehingga tidak ada lagi pelayanan robotik yang nantinya dipraktikkan.

Dalam menjalankan project kunci Honda Smart Key on dan off inisiatif Nadia selanjutnya adalah menjalankan Fun Benchmark yakni berkunjung ke suatu tempat publik. Tujuannya adalah melihat kualitas pelayanan yang dilakukan pada tempat tersebut. Dengan begitu, yang awalnya hanya bertugas sebagai greeter yang menyambut dan mengantar konsumen, setelah melakukan benchmarking, seluruh tim apapun profesinya telah siap menyambut konsumen.

Dia juga mengadakan acara reward kebersamaan, seperti nonton film. Menurut Nadia dari menonton film bersama yang terpenting adalah ia jadi tahu tingkat emosional timnya. Cara mereka bereaksi terhadap adegan yang muncul di film tersebut dan ketertarikan timnya. Dari sana ia tahu komposisi timnya seperti apa, kelebihan dan kekurangannya ia atur sedemikian rupa sehingga komposisinya akan menjadi lebih solid.

Dari project “KUNCI” yang Nadia ciptakan ternyata membawa hasil yang signifikan. Customer Expectation yang tinggi dapat teratasi dengan baik sehingga peringkatnya naik 4 tingkat dari peringkat 9 menjadi peringkat 5 besar dalam waktu 6 bulan. Monitoring pelayanan yang tadinya harusnya menunggu waktu selama 6 bulan, dengan adanya google review kini bisa didapatkan secara real time. Dari Employee Satisfaction yang tadinya seluruh tim hanya masuk dan pulang kerja saja, kini mereka lebih memikirkan cara memberikan yang lebih dan terbaik kepada konsumennya.

Hasil yang lainnya Honda tetap menjadi nomor 1 di daerah nya dengan jawaban puas dan sangat puas yang tadinya kepuasan konsumen hanya berada di angka 92% ditahun 2018 semester kedua, sekarang sudah naik menjadi 99% di tahun 2019. Lalu standar pelayanan Honda tetap di fase tertinggi dengan respon platinum dan problem solving kepada konsumen di atas 100%.

Dengan hasil pencapaian yang luar biasa, Nadia tidak lantas terus berpuas diri. Ia terus melakukan berbagai pengembangan diri seperti Learning, Networking dan Sharing. Dengan Learning, Nadia terus mengasah kemampuannya seperti mengikuti ajang The Best Contact Center Indonesia 2019. Dari ajang tersebut ia mengetahui dan mengukur kemampuannya. Bonus lainnya adalah ia dapat membuktikan bahwa mampu membawa medali Gold di kategori Best of the Best Team Leader. Kemudian Networking, ia selalu memperluas networking dengan cara mengikuti berbagai acara kebersamaan. Serta yang terakhir, ia melakukan sharing dengan memberikan ilmu yang ia miliki entah secara langsung atau melalui akun Youtube miliknya. ✆

"Signature Recipe" Menjaga Kualitas Layanan

Neyla Afida
Pemenang Gold The Best Quality Assurance
Kring Pajak 1500200, KLIP DJP, Kementerian Keuangan

Dapur, merupakan ruang sakral keluarga yang mampu menghasilkan banyak kebutuhan pangan yang utama. Di dapur semua orang dapat mengolah segala jenis makanan sehingga menghasilkan makanan yang berkualitas dan bergizi. Menurut Neyla Afida, si pemenang Gold pada kategori The Best Quality Assurance di ajang The Best Contact Center Indonesia 2019, Quality Assurance adalah dapur bagi Kring Pajak 1500200. Yang mana setiap hasil yang disajikan dan diolah nantinya akan menentukan kualitas pelayanan kepada wajib pajak.

Neyla Afida adalah seorang wanita kelahiran Pati 28 September tahun 1991. Lulusan D3 Pajak STAN ini mulai bergabung dengan Kring Pajak sejak September tahun 2015 sebagai Agent Inbound. Secara bertahap di tahun 2017 bulan Juli ia ditugaskan menjadi Agent Back Office hingga pada Juli 2018 menjadi seorang Quality Assurance. Bukanlah sebuah kemudahan bagi wanita pemilik senyum manis ini untuk menggapai karirnya bertahap demi tahap. Tetapi berkat kegigihan dan fokus dalam melayani wajib pajak, Neyla mampu menjadi seorang Quality Assurance yang handal.

Melakukan penilaian kualitas terhadap Agent, menyusun laporan kualitas Agent, melakukan kalibrasi bersama Team Leader dan Supervisor juga melakukan layanan konsultasi

adalah tugas dan tanggung jawab Neyla menjadi seorang Quality Assurance. Untuk membantunya dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab tersebut, ia didukung dengan 3 kompetensi yang ia miliki. Pertama adalah Tax Knowledges Professional atau mengetahui pengetahuan perpajakan secara profesional. Kemudian Communication Expert atau ahli dalam berkomunikasi dan juga memiliki kemampuan Kepo Specialist.

Neyla juga memiliki keahlian lain di luar pekerjaannya, yakni kemampuan pandai memasak. Dalam hal ini ia terinspirasi dari salah seorang juru masak berkebangsaan Inggris yang bernama Gordon Ramsay. Terkenal dari salah satu serial acara televisi "Master Chef", Gordon memiliki kemampuan pelayanan yang memenuhi syarat.

Hal tersebut lantas memberikan inspirasi bagi seorang Neyla yang juga seorang Quality Assurance untuk membuat sebuah program kerja yang ia sebut dengan "Signature Recipe". Berlatar belakang dari *Dispersed Ingredients* atau bahan-bahan yang tersebar dan tidak beraturan. Yakni 16 ribu regulasi atau kebijakan perpajakan yang sangat banyak dan tidak terarah. Berhubungan dengan ketidakteraturan regulasi yang sangat banyak membuat Agent tidak maksimal dalam memberikan pelayanan kepada wajib pajak. Hal tersebut berdampak pada waktu Average Time Handling Agent di trisemester 1 hingga 3 pada 2018 melebihi target yang ditetapkan yakni dengan waktu rata-rata 6 menit 11 detik.

Latar belakang kedua adalah *Exact Measure* atau ukuran yang tepat. Didukung dengan data yang ada yakni pembagian persentase dari Quality Assessment Criteria. Terdiri dari Pembuktian data sebesar 15%, Kode Etik Institusi 15%, Penggunaan Sistem 15%, Interpretasi Tepat 15%, Jawaban Tepat dan Efektif 15% Atribut Interaksi 5%, Gaya Berkomunikasi dan Interaksi Efisien 20%. Maka Gaya Berkomunikasi dan Interaksi Efisien adalah persentase tertinggi yang ada di Quality

Assessment Criteria. Setelah ditelusuri, dari 20% persentase tersebut, ada sebanyak 15% Agent yang belum mencapai target yang ditentukan.

Latar belakang ketiga adalah *Consistency of the Quality* atau konsistensi kualitas layanan. Sebagai layanan masyarakat, tentu Kring Pajak wajib memberikan pelayanan yang berkualitas. Adanya *Appeal assessment* atau penilaian banding mampu meningkatkan kualitas layanan. Namun pada saat dilakukan *Appeal assessment*, di tahun 2018 pada semester kedua terjadi kesenggangan penilaian yang seharusnya ditargetkan 0%. Dapat dilihat dari data pada semester pertama terdapat 49 perbedaan, kemudian di semester kedua saat dilakukan *Appeal assessment* kembali justru naik ke angka 72 atau 7%. Salah satu pemicu hal tersebut adalah adanya New Assessment, sehingga mereka masih belum mampu menyamakan persepsi dalam melakukan penilaian kualitas layanan.

Dengan tiga latar belakang tersebut Neyla meraciknya ke dalam sebuah formula kreativitas. Untuk menghadapi latar belakang pertama yakni *Dispersed Ingredients,* Neyla menanganinya dengan melakukan *Collect the Ingredients* atau mengoleksi regulasi yang ada dengan menyusunnya ke dalam sebuah aplikasi Google Sheet. Ia menata dan merapihkannya satu persatu perkelompok sehingga Agent mampu menjawab pertanyaan wajib pajak dengan cepat karena tersusunnya data-data yang sebelumnya terpencar.

Kemudian untuk menangani latar belakang kedua atau *Exact Measure* Neyla melakukan kreativitas *Set the Measure* yakni mengatur ukuran yang tepat. 15% Agent yang belum mampu mencapai target dalam kriteria Gaya Berkomunikasi dan Interaksi Efisien tersebut sengaja ia kumpulkan. Kemudian Neyla memberikan mereka arahan serta melakukan simulasi dalam menangani komplain wajib pajak menggunakan gaya berkomunikasi dan interaksi yang efisien secara berulang hingga Agent paham.

Untuk latar belakang yang terakhir yakni *Consistency of the Quality* Neyla melakukan kreativitas *Make it Perfect*. Dengan adanya jarak atau kesenggangan yang besar tersebut Neyla membuat suatu skrip dari sampel permasalahan wajib pajak,

kemudian ia buatkan parameternya. Neyla juga menaruh perbandingan alasan Assessor pertama dan lainnya beserta angka yang diberikan dan penjelasannya untuk nanti jika dilakukan penyamaan persepsi saat melakukan kalibrasi.

Dengan kreativitas *Collect the Ingredients, Set the Measure* dan *Make it Perfect* Neyla memperoleh hasil perbaikan. Yakni dengan melakukan *Collect the Ingredients* yang tadinya waktu Average Handling Agent mencapai 6 menit 11 detik, kini jika dihitung rata-rata menjadi 5 menit 21 detik. Dengan kreativitas *Set the Measure,* hasil yang dituai adalah 15% Agent yang tidak berhasil mencapai target, kini Agent yang tersisa hanya 5% yang belum mampu mencapai target dalam kriteria Gaya Berkomunikasi dan Interaksi. Hasil kreativitas terakhir adalah dengan kreativitas *Make it Perfect,* dan melakukan kalibrasi, yang tadinya angka kesenggangan tiap assessor 7% kini menjadi 0% mencapai target yang ditetapkan.

Pencapaian yang telah dilakukan oleh Neyla tidak terlepas dari pengembangan diri yang selalu dilakukan. Salah satunya adalah mengikuti inhouse training yang selalu diadakan oleh Kring Pajak, mengolah kemampuannya dalam melakukan Public Speaking juga mengikuti kegiatan yang diadakan oleh Kementerian Keuangan, yakni melakukan kegiatan Kemenkeu Mengajar.

Pengembangan diri serta kreativitas yang dilakukan selama bulan Januari sampai Juni 2019 berdampak pada pencapaian Key Performance Indicator yang dimiliki oleh Neyla Afida. Layaknya nilai Service Consultance Attendance yang bahkan melebihi target 90%, ia mampu mencapai 100% perbulannya dan di bulan Mei ia mampu meraih 110%. Kemudian Callibration yang selalu dilakukan perbulannya minimal 1 kali, di bulan Januari, Februari dan Mei ia mampu melakukan 2 kali kalibrasi. Monthly report due date yang tidak pernah melebihi jatuh tempo laporan. Serta melakukan Agent Assessment yang selalu dengan konsisten dilakukan pada tanggal 29 juga 30 di sepanjang 6 bulan tersebut.

Dengan kreativitas yang dilakukan, Neyla mampu menghasilkan berbagai macam makanan dari dapur Quality Assurance atau hasil yang digunakan untuk mampu menjaga

kualitas layanan. Tentunya ia tidak mudah berbangga diri, Neyla masih memiliki motivasi yang bisa membantunya dalam memberikan pelayanan yang lebih baik lagi. Salah satunya New Agent Profilling, menerapkan 1 Day 1 Tax Information dan melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi lagi. Sama halnya Kring Pajak yang selalu berkembang dan memberikan pelayanan kepada wajib pajak dengan tulus, tuntas dan berkualitas. ✆

Langkah Jitu Smart Calls Menangani Fraud

Putri Kartika Hasanuddin
Pemenang Gold Best Of The Best Agent
PT Bhinneka Life Indonesia

Dilahirkan di sebuah kota kecil di sudut Selatan pulau Sulawesi yakni Watampone pada 28 tahun silam, Putri Kartika Hasanuddin memiliki impian untuk dapat melayani orang lain. Hal tersebut bukanlah sebuah tujuan yang tak beralasan. Wanita lulusan S1 Ilmu Pemerintahan di UNPAD ini terinspirasi dari sosok ayahnya yang seorang Aparatur Negara. Rela meninggalkan seluruh keluarganya yang berada di Watampone untuk datang ke Jakarta. Mengabdikan diri dengan memberikan pelayanan kepada masyarakat.

Kini impian Putri untuk dapat melayani orang lain dapat terwujudkan dengan bergabung bersama PT Bhinneka Life Indonesia sebagai seorang Customer Service Officer. Putri bangga dapat menjadi bagian dari PT Bhinneka Life Indonesia yang pada saat itu usianya belum genap 2,5 tahun. Sebuah perusahaan asuransi yang dapat dipercaya untuk menjaga dan melindungi jiwa para nasabahnya.

Dengan tekad yang kuat untuk melayani orang lain, kini Putri melayani nasabah dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Untuk itu dirinya diberikan kepercayaan kembali oleh perusahaan untuk mengikuti ajang The Best Contact Center Indonesia 2019 pada kategori Best of The Best Agent. Setelah di tahun sebelumnya ia berhasil mengharumkan nama perusahaan

dengan meraih Platinum, saat ini ia pun mengulang keberhasilannya dengan meraih medali Gold.

Dengan mengangkat tema Smartphone di depan para dewan Juri, Putri melanjutkan topik bahasan presentasinya mengenai pengalaman pelayanan yang ia hadapi. Diibaratkan dengan sebuah Smartphone, contact center merupakan sebuah media penghubung komunikasi antara perusahaan dan nasabah. Mendekatkan yang jauh, serta menjadi sumber solusi.

Tentunya sebagai seorang Customer Service Officer, Putri memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mewakili perusahaannya dalam hal pelayanan. Oleh karena itu, Putri harus menyampaikan seluruh informasi produk dengan jelas dan sedetail mungkin serta tidak boleh melanggar ketentuan perusahaan. Berbicara mengenai nasabah, ternyata ada dua alasan mengapa mereka menghubungi Customer Service. Yang pertama karena adanya sebuah promosi, dan menjadi tugas kedua bagi Putri untuk memberikan informasi produk dengan lengkap serta mengedukasi para Nasabah mengenai pentingnya berasuransi di Bhinneka Life.

Alasan kedua adalah adanya sebuah masalah, tentu sudah menjadi tugas selanjutnya bagi seorang Customer Service Officer untuk memberikan penyelesaian atas masalah tersebut dengan cepat dan tuntas hanya dalam satu kali telepon. Tugas terakhir yang menjadi tanggung jawab bagi Putri adalah melakukan pencatatan. Dari pencatatan tersebut nantinya akan dijadikan bahan kajian bagi perusahaan untuk memasarkan produk dan jasa yang dimiliki.

Jika berbicara kembali mengenai sebuah Smartphone, banyak sekali kompetensi yang ingin ia miliki yang ada di dalam Smartphone tersebut. Tiga diantaranya adalah tahan banting, memiliki tingkat kecepatan yang tinggi dan mudah untuk digunakan. Begitu pula dirinya sebagai seorang Customer

Service Officer yang harus tahan banting dalam menghadapi berbagai karakter nasabah.

Selain itu kompetensi selanjutnya yang dimiliki oleh Putri adalah layaknya sebuah Smartphone yang memiliki kecepatan tinggi. Ia harus cepat dalam melihat sebuah peluang, memahami kebutuhan nasabah, dan memberikan solusi. Kompetensi yang terakhir adalah Putri harus memastikan nasabah merasa nyaman dengan keramah-tamahan dan smiling voice yang ia miliki.

Bekerja di sebuah perusahaan asuransi yang baru berdiri dua setengah tahun lamanya bukanlah hal yang mudah. Tentunya selama memberikan pelayanan, ia memiliki pengalaman pelanggan yang disampaikan kepada para Juri saat itu. Bisnis di perusahaan asuransi adalah bisnis kepercayaan yang bekerja dengan cara mencari para Nasabah. Ketika Bhinneka Life dipercaya oleh Nasabah sebagai penjamin asuransi jiwanya, Bhinneka Life harus mampu menjaga kepercayaan tersebut.

Atas dasar kepercayaan tersebut, sebuah pengalaman berkesan menghampiri Putri pada tanggal 9 April 2019. Siang itu ia mendapatkan sebuah telepon dari seorang Nasabah yang bertempat tinggal di Sumatera. Nasabah tersebut mempertanyakan nilai investasi yang ia miliki. Nilai tersebut rencananya akan diambil untuk membiayai pendidikan anaknya. Dengan segenap hati kemudian Putri menjelaskan bahwa dana yang dimiliki oleh nasabah tersebut sebesar 5 juta rupiah.

Mendengar penjelasan dari Putri, Nasabah tersebut terdiam kebingungan. Ia memulai nada bicaranya yang tinggi dengan menginformasikan bahwa dirinya sudah mempercayakan dan menyerahkan nilai investasi sebesar 10 juta rupiah kepada Bhinneka Life. Nasabah tersebut lantas marah dan menuduh uangnya telah digelapkan.

Sementara mendengar tuduhan tersebut, Putri merasa kaget. Namun ia tidak khawatir karena dirinya memiliki langkah jitu yang disebut dengan Smart Calls. Langkah pertama yang dilakukan Putri adalah menghadapi permasalahan tersebut dengan tenang. Dengan bersikap tenang, emosinya akan terkontrol dan saling bersinergi. Tentunya juga membuat pikiran Putri jernih sehingga ia dapat berempati. Langkah selanjutnya

yang dilakukan adalah meminta maaf. Secara psikologis Putri berpikir bahwa dengan meminta maaf kepada nasabah tersebut otomatis akan meredakan amarah yang ada.

Selanjutnya Putri mendengarkan dan menganalisa dengan menggali informasi yang dibutuhkan. Hasil yang diperoleh adalah dana 10 juta yang dimaksud nasabah ternyata diberikan kepada Agent dan Agent tersebut tidak menyetorkan keseluruhan dananya ke kantor Bhinneka Life. Setelah mengetahui duduk permasalahannya, Putri kemudian menghubungi nasabah tersebut untuk memberikan solusi yang terbaik.

Solusi yang diberikannya adalah meminta bukti pembayaran Nasabah. Setelah mendapatkan bukti pembayaran, Putri langsung melaporkan permasalahan ini kepada unit Complaint Handling. Putri merasa bahwa adanya penggelapan dana atau fraud yang dilakukan oleh tenaga pemasar. Saat itu juga Putri berinisiatif untuk berkoordinasi dengan pihak kantor cabang. Agar kantor cabang dapat langsung menanyakan Agent yang bersangkutan tersebut, sehingga Agent mau mengembalikan uang yang digelapkannya.

Setelah permasalahan yang ditangani selesai, Putri kembali menghubungi nasabahnya untuk memberitahukan bahwa permasalahan sudah selesai ditangani. Nasabah tersebut senang, dan berterima kasih kepada Putri karena merasa sangat terbantu. Putri juga memberikan alternatif lain kepada Nasabah untuk tidak menutup polisnya. Melainkan mengambil dana sebagian saja agar Nasabah tetap bisa menarik dana namun juga masih terlindungi asuransi jiwanya.

Kreativitas yang dilakukan dan solusi yang diberikan oleh Putri menghasilkan banyak hal. Sebuah hikmah yang dapat dipetik oleh nasabah, perusahaannya, dan juga dirinya sendiri. Untuk nasabah, ia merasa sangat teredukasi tentang cara pembayaran premi ataupun top-up secara langsung ke PT Bhinneka Life Indonesia tanpa harus melewati perantara atau pihak ketiga. Untuk perusahannya, karena nasabah tidak menutup polisnya maka persistensi polis di Bhinneka Life tetap terjaga. Dengan demikian perusahaan tetap bisa menjamin asuransi jiwa Nasabah tersebut. Yang tidak kalah pentingnya, pengalaman

yang ada bisa langsung dirasakan oleh Putri sendiri. Masalah tersebut membantu Putri mahir dalam menganalisa, memperkuat rasa empatinya dan tentu saja kasus yang dialami menjadi studi kasus bagi rekan-rekannya jika mendapatkan permasalahan yang sama.

Hal yang membanggakan tersebut tentunya tidak terlepas dari pengembangan diri yang Putri jalani, baik dengan belajar, berlatih ataupun berbagi. Untuk belajar ia aktif mengikuti seminar, karena dengan seminar dapat memberikan informasi yang luas mengenai dunia contact center, Selain itu, Putri juga aktif melakukan travelling. Dengan travelling, Putri dapat menjumpai berbagai macam karakter orang. Dengan begitu dirinya mampu menghadapi segala karakter yang dilayani setiap harinya. Untuk mengembangkan kemampuannya dalam memberikaan pelayanan, Putri rajin mengikuti training. Yang terakhir adalah berbagi. Putri aktif berbagi dengan mendonorkan darahnya selama selang waktu 6 bulan 1 kali untuk memperkuat rasa empati yang ada pada dirinya.

Tentunya kemampuan dan pengembangan tersebut membantu Putri untuk mencapai KPI yang nyaris sempurna di bulan Januari hingga Juni 2019. Dimulai dari tingkat kehadiran yang tercapai 100%, nilai Quality Assurance yang melebihi target yaitu 85%, nilai kecepatan layanan yang melebihi target yang ditentukan sebesar 90% dan yang terakhir adalah batas kesalahan seorang Customer Service dengan target 3%, Putri mampu memecahkannya dengan *Zero Mistakes*. Sunggu pencapaian yang luar biasa. Tentu kedepannya Putri terus selalu melakukan pengembangan dan menjaga kualitas pelayanan terhadap para Nasabahnya. ✆

Enhancing Quality of Digital Banking Experience

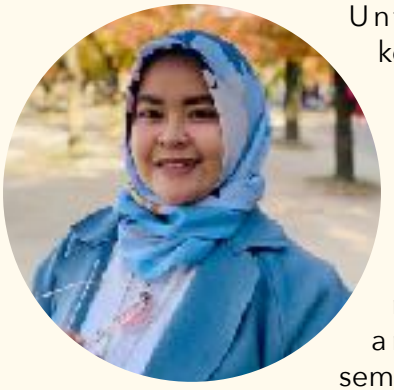
Putri Novita Riyanti
Pemenang Gold The Best Manager
Halo BCA, PT Bank Central Asia, Tbk

Jack Ma berkata, "Business that are not immediately adapted with the digital era will be avoid". Putri Novita Riyanti seorang Manajer Quality Assurance BCA setuju dengan pendapat tersebut. Pasalnya bisnis yang tidak segera beradaptasi dengan era digital maka akan mudah terhindar. Sebagai Manajer, wanita kelahiran Jakarta ini memiliki banyak inovasi untuk ikut berkontribusi kepada perusahaan di era digital ini.

Putri mulai bergabung dengan Halo BCA sejak tahun 2010 hingga saat ini. Banyak hal yang Putri pelajari agar menjadi Manajer yang berkualitas, sehingga mendorongnya untuk memiliki tanggung jawab yang tinggi, salah satunya seperti mengembangkan kemampuan anggota timnya. Ia memfasilitasi unit pelatihan untuk anggotanya sehingga mereka dapat meningkatkan kemampuan kinerjanya dengan baik. Putri juga memberikan motivasi untuk anggotanya, terlebih karena posisi Quality Assurance merupakan jalur wajib bagi mereka yang ingin menjadi Team Leader Operasional. Tanggung jawab mutlak baginya untuk mempersiapkan anggotanya agar siap dan berkompeten menjadi Team Leader Operasional berikutnya.

Selanjutnya, Putri juga mengelola kualitas performa anggotanya agar sesuai dengan SOP yang ditetapkan. Ia juga melakukan evaluasi serta melakukan pemantauan kualitas

sehingga hasilnya akan berguna pada tim Operasional. Selain itu Putri juga bertanggung jawab untuk menetapkan tujuan dan strategi anggotanya agar terjadi perubahan baik yang berdampak di Halo BCA. Ia selalu menetapkan strategi dan tujuan selangkah lebih maju dari contact center lain di Indonesia.



Untuk menjalankan tugas dan kewajiban sepenuhnya, tentu saja wanita pemilik senyum manis ini memerlukan kompetensi yang mendukung. Kompetensi tersebut adalah kemampuan *People Management* yang memungkinkan ia untuk mengurangi tingkat turn over anggota dan meningkatkan semangat kerja serta dedikasi mereka. Lalu ia juga memiliki kompetensi yang mendorongnya untuk terus menciptakan budaya inovasi sehingga menjadikannya kebiasaan yang baik di anggotanya agar semua target yang ditetapkan dapat tercapai. Selanjutnya ada kompetensi *Strategy Thinking,* yang mana ia memerlukan pemikiran strategis tersebut untuk mengatasi tantangan yang ada pada dirinya juga anggotanya. Yang terakhir adalah kompetensi *Strong Communication* untuk menyampaikan strategi yang telah ia buat agar anggotanya memahami arahan yang diberikan dan melakukannya dengan baik.

Semua kompetensi yang Putri miliki mendorongnya untuk menciptakan sebuah program yang berjudul "Enhancing Quality of Digital Banking Experience". Putri mengangkat program tersebut karena saat ini dunia perbankan sedang memasuki transformasi era digital. BCA ingin penanganan transaksi yang ada lebih menarik lagi dari tahun sebelumnya dengan memanfaatkan teknologi digital. BCA juga memiliki cara digital yang menjadi pelayanan dasar untuk mempertahankan para nasabahnya. Cara digital tersebut seperti Customer Focus, Integrity, Solid Team Work dan Continuous Pursuit of Excellence. Putri juga akan membuat Customer Experience The Digital

Banking karena ia sadar bahwa teknologi Digital saat ini adalah sebuah platform baru untuk tumbuh dan berkembang.

Tantangan dari perubahan era dan perilaku nasabah mendorong BCA untuk melakukan transformasi. Berdasarkan data yang ada dimulai pada tahun 2019 yang menunjukkan bahwa ada sekitar 56% pengguna internet di Indonesia dan aktif di media sosial. Data pada tahun 2017 sampai 2018 menunjukkan layanan media sosial terus naik secara signifikan dan pada layanan incoming call tidak ada perubahan drastis. Untuk itu, mulai tahun 2018, Halo BCA bertransformasi menjadi pelayanan berbasis digital, yang semula hanya berbasis hotline.

Semua transaksi layanan digital perbankan BCA dikelola dan dipantau langsung oleh Halo BCA, dan sebuah penampilan baru dari Halo BCA yang terdiri dari banyak layanan seperti Inbound dan Outbound Calls Services, Social Media Services, dan Branch in the Sky Services. Untuk layanan Social Media Services, BCA melayani nasabahnya menggunakan platform media sosial yang dimiliki seperti Twitter, Email, Facebook, Instagram, Youtube dan juga Whatsapp. Pada layanan media sosial, Halo BCA merespon dan membalas pesan nasabahnya dalam waktu kurang dari 1 menit. Untuk layanan Branch in the Sky Halo BCA memiliki layanan Video Call, Video Banking Agent, dan layanan yang dapat diakses nasabah melalui smartphone untuk melakukan registrasi akun bank melalui video.

. Putri menyadari bahwa intervensi perubahan digital ini memerlukan semua partisipasi terlebih dari Quality Assurance yang dapat langsung mengevaluasi layanan digital untuk kepuasan nasabah. Peran Quality Assurance menjadi penting untuk melakukan pengawasan pada kualitas layanan berbasis digital. Layanan media sosial pun menjadi sangat penting karena pertumbuhannya yang sangat pesat di dunia. Dari seluruh berita apakah itu baik atau buruk akan mudah tersebar ke seluruh nasabah. Terutama layanan yang bersifat negatif dan nasabah yang sentimen dibutuhkan pengawasan yang lebih serius. Media sosial juga dapat membantu pelayanan dengan cepat untuk melaksanakan strategi marketing sehingga dapat melakukan improvisasi mengenai kepuasan pelanggan. Untuk layanan Branch in the Sky sendiri merupakan layanan yang

unggul di BCA saat ini karena nasabah dapat langsung melakukan pembukaan rekening secara langsung dimanapun dan kapanpun.

Oleh karena itu untuk menjawab semua tantangan yang ada, Putri melakukan beberapa kreativitas seperti *Hit the Bulls Eye*. Ia harus melakukan pengamatan dan memahami secara merata seluruh model bisnis yang ada dan tujuannya. Ia juga harus meninjau parameter pemantauan kualitas secara berkala dan memastikan pemantauan kualitas berdasarkan pemeriksaan, formulir feedback nasabah dan riwayat skor kualitas. Adanya perbedaan parameter di layanan contact center untuk pengawasan media sosial seperti Webchat yang memiliki waktu layanan kurang dari 1 menit dan twitter yang fokus dengan taktik penyampaian karena karakter penulisan yang terbatas. Merupakan salah satu pemantauan yang dilakukan selama 3 kali peninjauan.

Kreativitas kedua adalah *Fixing the Broken Chain*. Di Halo BCA, pusat informasi dinamakan Halo Info yang berguna untuk menuntun Agent mengetahui segala informasi terbaru melalui Knowledge Management System atau KMS. Halo Info juga sering disebut sebagai "Agent's Sacred Guide" yang terdiri dari sumber pengetahuan, sumber informasi dan sumber solusi. Melihat pentingnya Halo Info, Putri membuat secara khusus tim auditor KMS. Tim tersebut akan selalu memastikan isi yang ada dalam KMS merupakan informasi yang sah, mutakhir dan tidak ada informasi dualisme. Hal yang tidak kalah penting adalah Putri dan tim auditor KMS menyusun kalimat tidak hanya sesuai dengan prosedur, tapi sesuai dengan bahasa Agent, sehingga Agent lebih cepat dan tepat dalam menangani nasabah.

Kreativitas selanjutnya untuk menjaga kualitas layanan di Halo BCA adalah dengan *Experiencing the Service as Customer*. Untuk mengetahui ekspektasi seorang nasabah, Putri menempatkan dirinya pada posisi pelanggan. Ia kerap melakukan mistery to mastery yang berguna untuk mengontrol layanan, kemudian menulis teks misteri di platform media sosial dengan topik yang berbeda, juga melakukan Mystery Shopper di layanan Branch in the Sky. Bagi Putri tidak cukup disitu, ia juga memastikan pengaduan bisnis proses secara nyata.

Dari program yang sudah dilakukan selama Januari hingga Juni 2019, Putri memperoleh hasil yang nyata. Untuk penemuan, ia dan anggotanya tidak melampaui batas maksimal yakni tidak melebihi 5 temuan. Kemudian untuk capaian Customer Satisfaction, Putri melebihi target yang telah ditentukan sebesar 92% bahkan untuk bulan Juni dan Agustus mereka mampu meraih 98%. Untuk Quality Scorenya sendiri selalu memenuhi target yang ditetapkan yakni 100% dari 99%. Yang terakhir dan tidak kalah pentingnya adalah pemenuhan target pembukaan akun baru yang mencapai target 100%. Di tahun 2019 juga Halo BCA mendapatkan penghargaan dari Contact Center Service Excellence Award dengan predikat Luar biasa untuk Twitter dan Email, juga Sangat bagus untuk Facebook dan Webchat.

Perubahan selalu terjadi dan terus berdatangan dalam kondisi apapun, maka dari itu Putri mempersiapkan dirinya untuk menghadapi berbagai tantangan yang akan datang dengan mengikuti training ISO 9001:2015 pada Januari 2019. Ia juga selalu aktif untuk melalukan coaching dan training kepada seluruh Team Leader dan Supervisor di Halo BCA. Selain itu Putri juga membuka kelas untuk memberikan pelatihan metode praktis, sehingga anggota timnya dapat melatih secara efektif dan objektif. Untuk menyeimbangkan hidupnya yang ada, Putri juga kerap mengikuti kegiatan berbagi dan peduli amal.

Dengan seluruh aktivitas dan pengembangan yang ada, nilai Key Performance Indicator Putri yang terdiri dari 4 aspek hampir semua sempurna pada semester pertama di tahun 2019. Layaknya penilaian Finding Accuracy yang selalu ada di angka 100%, Deviation Standar yang ada di bawah angka maksimal 3, penurunan tingkat turn over yang tidak melebihi nilai maksimal yang ditentukan yakni 3 juga capaian Team Engagement yang melampaui target 4,5.

Dengan pencapaian yang nyata membawa Putri untuk berkesempatan mengikuti ajang The Best Contact Center Indonesia 2019. Ia mampu mendapatkan medali Gold pada ajang tersebut di kategori The Best Manager. Tentunya pencapaian tersebut tidak serta merta membuat Putri berhenti begitu saja. Ia memiliki motivasi untuk terus melakukan mastery

in speech analytics dan meningkatkan metode pelatihan yang efektif. ✆

Rush Hour Stasiun Tanah Abang

Rendi Supriadi
Pemenang Gold The Best Customer Service
PT Kereta Commuter Indonesia

Merasa bahagia dan bangga dapat mewakili PT Kereta Commuter Indonesia atau KCI pada ajang The Best Contact Center Indonesia 2019. Rendi Supriadi membuktikan bahwa dirinya mampu membawa nama baik perusahaannya dengan memenangkan medali Gold di kategori The Best Customer Services. Tahun tersebut merupakan tahun pertamanya mengikuti ajang bergengsi yang sangat ditunggu-tunggu di dunia contact center.

"Doa tanpa usaha adalah bohong, usaha tanpa doa adalah sombong", adalah kalimat motivasi seorang pria kelahiran Bogor 25 Desember 1984 ini. Sebagai seorang Passenger Service PT Kereta Commuter Indonesia yang ditempatkan di stasiun Tanah Abang, pria kelulusan Sekolah Tinggi Ilmu Maritim ini memberikan sebagian hari-harinya untuk melayani seluruh penumpang kereta. Sebagai info bahwa PT Kereta Commuter Indonesia merupakan perusahaan transportasi berbasis kereta rel listrik pertama dan terbesar saat ini di Indonesia yang saat ini telah melayani 80 stasiun yang terbesar di Jabodetabek, Cikarang, sampai Rangkasbitung. Dengan 958 perjalanan dalam 1 hari saat ini KCI telah berhasil melayani penumpang di angka 1,2 juta orang dalam waktu 1 hari.

Tentu dengan jumlah penumpang yang luar biasa dibutuhkan seorang Passenger Service yang harus luar biasa pula. Maka Rendi berkomitmen untuk menjadi seorang *super helpful man*.

Seorang yang luar biasa yang dapat membantu seluruh penumpang PT Kereta Commuter Indonesia. Memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi kepada penumpang, memberikan edukasi, memberikan pelayanan, memberikan solusi kepada penumpang dan menangani komplain. Ditempatkan di Stasiun Tanah Abang yang merupakan stasiun tersibuk dengan berbagai aktivitas manusia terbanyak di Jakarta, tentu saja Rendi menghadapi tantangan tersendiri.

Diantara tantangan tersebut dirinya harus dihadapi dengan 1.500.000 penumpang per bulan, lebih dari 600 kasus kehilangan/penemuan barang per bulan nya. juga lebih dari 60 orang terpisah dari keluarganya per bulan di stasiun Tanah Abang tersebut. Belum lagi dirinya harus melayani penumbang di Rush Hour atau di jam sibuk stasiun Tanah Abang.

Dengan 1.500.000 penumpang, tentu dibutuhkan kompetensi yang tidak hanya baik dalam berkomunikasi tetapi juga harus menjadi pendengar yang baik. Dalam melayani penumpang, Rendi teringat pada salah satu budaya yang ada di Indonesia yaitu budaya dari suku Baduy. Suku yang selalu membawa budaya mereka kemana pun mereka pergi. Tentu hal tersebut membutuhkan inisiatif dari Rendi dengan budaya yang positif untuk memenuhi kebutuhan penumpang.

Penumpang di stasiun Tanah Abang sangat Heterogen, yang dimulai dari anak kecil, orang tua, pegawai perkantoran, pedagang kaki lima, penumpang yang modern hingga penumpang yang masih menjunjung nilai-nilai kearifan lokal. Sebagai stasiun tersibuk, kadang Rendi harus melayani penumpang pada waktu yang bersamaan. Untuk menangani itu semua tentu dibutuhkan pemikiran yang positif, perilaku yang responsif dan juga sabar. Dengan demikian Rendi memiliki empati yang sangat besar untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Teringat pada kejadian pada tanggal 22 Mei 2019 bahwa stasiun Tanah Abang pernah ditutup sampai jam terakhir pemberangkatan. Saat itu juga Rendi hadir dengan segala konsekuensi yang ada untuk menyelamatkan penumpang. Sebagai petugas Passenger Service, ia tidak berada di dalam ruangan melainkan berada di gerbang terdepan untuk menemui satu per satu penumpangnya. Memberikan informasi kepada mereka, memberikan edukasi serta memberikan pelayanan dari kebutuhan yang ada saat kejadian tersebut.

Kejadian yang terjadi saat itu banyak diliput oleh media masa. Beberapa inisiatif Rendi terekam oleh media tersebut, dan merupakan tanggung jawab terbesar baginya untuk selalu mengutamakan keselamatan penumpang. Di saat jam ramai atau yang biasa dikenal dengan Rush Hour, penumpang biasanya ingin cepat sampai ke rumah mereka dan diuji kesabarannya. Bahkan mereka juga tidak ingin sampai barang bawaannya hilang atau tertinggal di kereta karena telah bersenggolan dengan banyak penumpang lain sehingga timbul lah kewaspadaan dalam benak mereka.

Untuk itu, Rendi menyimpulkan 4 hal kebutuhan yang diperlukan penumpang pada saat keadaan Rush Hour. 4 hal tersebut adalah keselamatan beserta rasa aman, cepat sampai rumah, menemukan kenyamanan dan komitmen pelayanan dari petugas. Lalu bagaimana bisa Rendi mewujudkan semua kebutuhan penumpang tersebut?

Hal pertama yang dilakukan oleh Rendi adalah dengan melakukan *Efektif TOA* yang merupakan salah satu dari 3 kreativitas yang saat itu ia lakukan. Ia menggunakan toa untuk membantu mengatur dan menguraikan kepadatan para penumpang. Rendi membantu Announcer dengan usaha yang lebih keras untuk mengubah kebiasaan dan perilaku tata cara penggunaan eskalator atau tangga berjalan. Melakukan perubahan pola penggunaan eskalator bagi penumpang yang tidak terlalu tergesa dalam perjalanan, mereka dapat menggunakan sisi sebelah kiri. Begitu pula sebaliknya bagi penumpang yang sedang tergesa dapat mengambil sisi atau lajur sebelah kanan.

Kemudian ia juga berinisiatif untuk mempercepat informasi saat awal dan membantu akses penumpang dengan lancar melakukan *Efektif Social Media***.** Melalui aplikasi KRL Access yang menyediakan berbagai update jadwal dan posisi kereta, aplikasi WhatsApp Efektif WA Group dan aplikasi Instagram di akun @commuterline yang berguna untuk menyampaikan informasi dan melakukan sosialisasi dengan seluruh penumpang. Tujuannya adalah agar penumpang terbiasa dengan pemberitahuan yang ada di aplikasi. Bahkan, Rendi pun turut menjadi follower atau pengikut dari akun Instagram @commuterline agar ia mengerti apa saja keluhan penumpang yang masuk di media sosial. Dengan mengetahui keluhan tersebut maka Rendi dapat mengetahui apa yang dibutuhkan oleh penumpang.

Kemudian kreativitas terakhir yang dilakukan Rendi adalah menulis *Manual Book* yang berguna untuk membackup data, juga sebagai reminder atau pengingat dan sebagai catatan sehari-harinya mengenai kejadian-kejadian penting. Pria berkulit sawo matang ini mengaku bahwa manual book yang ia miliki benar-benar membantunya dalam bekerja dan memberikan pelayanan. Pemaparan mengenai tugas, tantangan dan kreativitas yang dilakukan oleh Rendi merupakan jalan yang menuntunnya mengikuti lomba Presentasi Individual The Best Contact Center Indonesia 2019.

Banyak pencapaian yang telah diterima dengan melakukan berbagai kreativitas tersebut, yakni berupa kejadian berharga yang menjadi penyemangatnya. Diantara kejadian berharga tersebut adalah dirinya menemukan anak yang terpisah dengan orang tuanya. Dengan menemukan anak tersebut Rendi mendapatkan hadiah yang tidak terduga dari kedua orang tua anak tersebut. Selain itu Rendi juga seringkali menemukan barang tertinggal milik penumpangnya. Melakukan serah terima dengan penumpang tersebut menjadi motivasi terbesarnya karena dirinya merasakan kesenangan tersendiri apabila dapat membantu dan melihat penumpang tersenyum bahagia mendapatkan kembali barangnya yang telah tertinggal.

Sebagai petugas Passanger Service yang akan melakukan pelayanan prima, tentunya Rendi harus Mengembangkan diri

dengan cara belajar, berlatih dan berbagi. Beberapa hal yang ia lakukan adalah dengan menonton film *The Pursuit of Happiness*. Dengan pesan yang terkandung dalam setiap ceritanya yaitu kegigihan untuk mengejar cita-cita dan pantang menyerah. Ia juga berlatih berkomunikasi dan kepemimpinan dengan memasuki forum koordinasi kebudayaan yang ada di lingkungan tempat tinggalnya. Tidak lupa ia juga memiliki hobi berolahraga dengan berlari agar staminanya tetap terjaga.

Tidak hanya sampai disitu, kedepannya Rendi akan terus mengembangkan diri dengan belajar bahasa Inggris, Business Writing dan juga Public Speaking. Dengan komitmen kerja dan kedisiplinannya tersebut berdampak pada Key Performance Indicatornya di 6 bulan awal 2019. Dapat dilihat dari nilai absensi kehadirannya yang mencapai 100%. Dengan begitu, produktivitasnya pun juga ada pada nilai 100%. Untuk indikator kehilangan barang secara global PT Kereta Commuter Indonesia sudah mencapai 78%. Yang berimbas pada tingkat kepuasan pelanggan yang saat ini mencapai angka 70%.

Sebagai Passenger Service, ia menemukan 3 motivasi dalam memberikan pelayanan yang disingkat menjadi YEA, yaitu *HappY, HEalthy, dan HeArt*. Rendi berpesan bahwa kita harus senang hati dalam melayani penumpang sehingga penumpang juga ikut senang dengan pelayanan yang diberikan, Tidak dilupakan, selain harus senang, kesehatan juga menjadi faktor yang paling penting dalam memberikan pelayanan. Begitu juga dengan hati yang harus selalu ikhlas dalam melayani sehingga pelayanan yang diberikan akan memuaskan penumpang. Itulah 3 prinsip yang selalu Rendi genggam saat melakukan pelayanan. Dirinya berharap bahwa pencapaiannya tidak hanya sampai di ajang The Best Contact Center Indonesia 2019. Bak tanaman, Rendi akan selalu tumbuh dan berkembang dengan melakukan perkembangan diri. ✆

Simulasi dan Uji Website

Rio Hermawan
Pemenang Gold Best Of The Best Back Office
Kring Pajak 1500200, KLIP DJP, Kementerian Keuangan

Sejak kecil Rio Hermawan begitu kagum dengan seorang Atlet Bulutangkis kebanggaan Indonesia, Taufik Hidayat. Sebuah kalimat motivasi dari Taufik Hidayat yang berbunyi "Atlet bulutangkis harus giat berlatih dan bekerja keras, kedisiplinan sangat diperlukan untuk menjadi seorang juara". Kalimat tersebut menjadi sebuah motivasi unggul yang membantu Rio dalam meniti karirnya, Dengan kedisiplinan, ia yakin bahwa ia pasti menjadi seorang juara.

Tepat di tahun 2019 Rio Hermawan mengikuti ajang The Best Contact Center Indonesia mewakili Kring Pajak memenangkan medali Gold pada kategori Best of the Best Back Office. Tentunya giat dalam berlatih juga mengandalkan kedisiplinan menjadi salah satu faktor pendukung kemenangannya. Diikuti dengan berbagai kreativitas dalam pelayanan yang menunjukkan pengabdiannya kepada negara. Membuat kalimat motivasi dari Taufik Hidayat selalu hidup dalam sanubari Rio.

Rio mulai melayani wajib pajak melalui contact center Kring Pajak 1500200 pada Juli 2014, sebagai Back Office pengaduan. Untuk memenangkan hati wajib pajak, Rio selalu mengandalkan kerjasama tim yang kuat juga kedisiplinan yang ketat. Pria kelahiran Pontianak, 27 Maret 1988 ini percaya bahwa seluruh potensi yang ada di dirinya mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.

Sebagai petugas Back Office Pengaduan, Rio memiliki bertugas untuk menerima pengaduan secara responsif. Kemudian menyusun pelayanan pengaduan yang lengkap dan berkualitas serta memenuhi ke dalam 3 kategori. Diantaranya adalah pengaduan atas pelayanan, kode etik dan tindak pidana perpajakan. Selanjutnya meneruskan ke bagian teknis untuk ditindaklanjuti. Setelah mendapat respon yang menjamin melakukan konfirmasi penyelesaian pada pelapor dalam 1 hari kerja.

Untuk melaksanakan tugasnya, Rio dibekali 3 kompetensi. Pertama ia memiliki kemampuan membaca wajib pajak. Membaca karakter atau suasana hati dengan baik membuat ia mengerti pendekatan seperti apa yang seharusnya dilakukan. Kompetensi yang kedua ialah penguasaan pengaturan dan aplikasi perpajakan. Hal ini dapat membangun kepercayaan wajib pajak karena mendapat jaminan akan pengadilan informasi dan penyelesaian pengaduan yang mereka berikan. Kemudian kompetensi yang ketiga adalah mampu menganalisis permasalahan wajib pajak. Dalam memahami permasalahan ia menempatkan diri sebagai sudut pandang wajib pajak dan menggunakan teknik analisis untuk menemukan inti permasalahan.

Bicara mengenai pengalaman, Rio memiliki pengalaman menarik dalam menangani suatu masalah. Jam pelayanan pajak sama dengan jam pelayanan lain di KLIP DJP yaitu pukul 8 pagi sampai pukul 4 sore. Sekitar pukul 3 sore, ia mendapatkan sebuah telepon dari wajib pajak wanita yang merupakan seorang karyawan baru di sebuah perusahaan. Saat selesai menyampaikan salam pembuka, Rio mendengar nada suara yang terbata-bata dan bergetar menunjukkan ketakutan dari wajib pajak tersebut. Saat itu wajib pajak menceritakan bahwa ia seorang karyawan baru yang diberi tugas oleh atasannya untuk menyetorkan pajak penghasilan perusahaannya.

Sumber kepanikan wajib pajak tersebut adalah di sisa satu jam pelayanan Kring Pajak ternyata ia masih belum dapat login ke website pembuatan kode pembayaran pajak dan muncul pesan eror. Sedangkan di hari itu merupakan jatuh tempo pembayaran pajak perusahaan yang nilainya cukup besar senilai 450 juta rupiah. Keterlambatan pembayaran membawa risiko bagi perusahaan dan dikenakan sanksi bunga 2%. Wajib pajak tersebut sebagai karyawan baru tentu menjadi catatan yang buruk pada kinerjanya karena telah merugikan perusahaan.

Permasalahan pun bertambah rumit ketika si wajib pajak sudah berhasil login. Diketahui salah satu fitur pembayaran pajaknya tidak aktif, yaitu fitur kolom dollar. Karakteristik pembayaran perusahaannya ternyata menggunakan mata uang asing, dan untuk memunculkan fitur khusus tersebut diperlukan beberapa prosedur serta koordinasi dengan divisi terkait. Sudah pasti prosedur yang harus dilalui sudah melewati jatuh tempo.

Untuk kasus wajib pajak tersebut, Rio memiliki 3 permasalahan. Yakni kondisi emosional wajib pajak yang panik dan menangis, kegagalan login ke akun pembayaran dan tidak munculnya fitur khusus mata uang dollar. Permasalahan yang kompleks tersebut menuntut Rio mengkombinasikan kompetensi seorang Agent Back Office Pengaduan menjadi kreativitas-kreativitas untuk menyelesaikannya.

Menghadapi kondisi emosional wajib pajak yang menangis, Rio menggunakan kreativitas pertama yaitu Character Mapping. Berdasarakan penelitian dan pengalamannya, Rio membagi wajib pajak dengan 3 karakter yang diwakili oleh 3 karakter pebulutangkis top dunia. Rio memberikan pendekatan-pendekatan spesial dan berbeda terhadap 3 karakter tersebut. Karakter pemain bulutangkis pertama Lin Dan, yang terkenal dengan sosok kontroversial dengan temperamental. Cara menanganinya yaitu dengan cara menyimak, mendengarkan kemudian beri jawaban langsung ke titik permasalahan adalah cara menghadapinya.

Kemudian karakter pemain kedua Lee Chang Wei, yang terkenal dengan kecepatan dan akurasi penempatan bola yang sempurna. Rio mengatasinya dengan cara berbicara dalam tempo cepat, penjelasan secara detail disertai contoh agar lebih

mudah dimengerti. Ia mengibaratkan wajib pajak tersebut seperti seorang Anthony Ginting. Karakter wajib pajak tersebut tenang, pendiam, namun terkadang terlalu takut dan khawatir. Penyampaian dalam tempo lambat, intonasi yang lembut serta pemulihan diksi yang tepat adalah cara menghadapinya.

Rio mengatakan bahwa wajib pajak tidak perlu khawatir dan mencoba untuk berbicara dengan tenang untuk menggali permasalahannya dan mencari solusi bersama. Dari kata-kata yang ia ucapkan pada wajib pajak tersebut ada 3 poin yang dapat disampaikan. Yang pertama menenangkan wajib pajak dengan meyakinkan masalah bisa diselesaikan dengan cepat. Kedua, memberi jaminan asistensi dari awal sampai masalah selesai. Kemudian yang terakhir intonasi lembut serta pemilihan diksi yang tepat menunjukan empati atas permasalahannya. Dengan 3 dimensi pelayanan tersebut, yaitu Reliability, Assurance dan Empathy mampu mengurangi kepanikan sehingga wajib pajak bisa menceritakan permasalahan yang terjadi. Permasalahan kedua adalah kegagalan login sehingga muncul pesan eror.

Rio memiliki katalog eror versinya sendiri yang dilengkapi dengan pengalamannya. Ada 3 penyebab munculnya error pada aplikasi. Untuk mengidentifikasi dan eliminasi guna menemukan penyebab utamanya, ia gunakan kreativitas kedua, Simulasi. Pertama-tama Rio melakukan simulasi menggunakan aplikasi offline. Simulasi berhasil membuat kode pembayaran dummy yang artinya tidak ada masalah pada akun perusahaan. Selanjutnya ia melakukan simulasi menggunakan akun NPWP nya sendiri, hasilnya ia bisa login dan membuat kode pembayaran pajak. Artinya permasalahan yang dialami wajib pajak bukan terjadi General System. Hanya tersisa satu kemungkinan terakhir, yakni berkaitan dengan settingan browser google chrome di komputer wajib pajak.

Setelah wajib pajak berhasil login dengan bantuannya, selanjutnya ia fokus pada permasalahan ketiga, tidak munculnya fitur khusus mata uang dollar. Fitur tersebut hanya aktif bagi wajib pajak yang sudah mendapat izin dari Menteri Keuangan untuk melakukan pembukuan dan pembayaran pajak menggunakan mata uang asing. Perusahaan dalam wajib pajak

khusus memiliki permasalahan tidak biasa, sehingga Rio menanganinya dengan melakukan kreativitas ketiga yakni Teknik Smash. Teknik bulutangkis yang membutuhkan pengamatan cermat terhadap posisi bola dari lawan serta koordinasi tepat.

Teknik Smash bekerja dengan tetap memproses pengajuan sesuai SOP hanya saja ia berikan usaha lebih pada setiap jalur penyelesaian nya. Dalam waktu singkat ia memprediksi dan mengatakan terkait pengaduan akan diproses ke depan, baru ia akan tetapkan langkah yang telah ditentukan. Yaitu dengan meminta scan dan surat izin Menteri Keuangan untuk perusahaan yang melakukan pengaduan. Dengan tujuan memastikan kebenaran informasi pengaduan serta mengantisipasi permintaan dokumen pendukung oleh unit terkait sehingga cukup pada satu plot tersebut pengaduan sudah lengkap.

Dari analisis singkat nya ia menyadari seharusnya fitur sudah aktif sejak izin diterbitkan. Artinya kesalahan juga ada di sistem institusi KLIP DJP. Rio berusaha menyelesaikan kasus tersebut untuk memperbaiki citra instansinya. Ia melakukan koordinasi dengan internal menghubungi unit-unit terkait menggunakan aplikasi Whatsapp dan meminta dengan segera ditindaklanjuti. Sedangkan Rio sendiri selalu memberikan perkembangan kepada Supervisor terkait permasalahan yang dihadapi serta langsung ia dokumentasikan ke dalam aplikasi pengaduan.

Rangkaian kreativitas ini memberikan hasil yang memuaskan. Dalam waktu 40 menit ia mendapatkan pemberitahuan aplikasi pengadilan kasus telah selesai dan fitur dollar berhasil diwujudkan. Saat itu juga ia langsung menghubungi wajib pajak dan memintanya login serta melakukan pembayaran. Apabila dibandingkan dengan menggunakan prosedur reguler yang membutuhkan maksimal 58 hari kerja, teknik prosedural yang dilakukan Rio melalui kreativitasnya terselesaikan dengan tepat waktu.

Terbukti dari apresiasi wajib pajak yang puas dengan layanannya. Manfaat yang dapat diambil dari kreativitas yang dilakukan Rio adalah bagi perusahaan yang membayar pajak terhindar dari sanksi bunga 2%. Bagi wajib pajak yang merupakan seorang karyawan baru menjadi lebih paham cara

penggunaaan aplikasi karena sudah melakukan simulasi. Bagi Rio sendiri keberhasilan tersebut menjadikannya semakin percaya diri karena memberikan info lebih dan bisa menyelesaikan pengaduan lebih cepat. Kejadian tersebut juga sebagai bahan pembelajaran bagi KLIP DJP untuk lebih siap menghadapi permasalahan-permasalahan yang terjadi di lapangan.

Untuk menjadi Agent Pajak yang bisa diandalkan Rio perlu melakukan berbagai pengembangan diri dari aspek softskill dan juga hardskill agar dapat menambah kualitas diri. Ide dan kreativitas yang dilakukannya terbukti pada pencapaian Key Performance Indicator pada bulan Januari hingga Juni 2019. Tingkat kedisiplinan yang berhasil memenuhi target 100%, Beginning information yang menuntut kecepatan konfirmasi awal pada wajib pajak ia berhasil melampaui target 90%. Selanjutnya Input Complaint to Database yaitu mendokumentasikan pengaduan di aplikasi yang melebihi target 95%, juga waktu handling time yang mampu ia tekan dari target yang ditetapkan 10 detik.

Pencapaian yang hampir sempurna tidak membuat Rio terus berhenti. Masih banyak motivasi yang ingin ia capai seperti meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris, berbagi ilmu dan pengetahuan perpajakan melalui media sosial, dan ingin melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Dirinya percaya untuk menjadi pribadi yang berkualitas dan berkarakter tentu didukung dengan pendidikan yang baik. ✆

Manfaat Proteksi Versus Investasi

Sarah Jasmine
Pemenang Gold The Best Agent Inbound
PT AXA Financial Indonesia

Mengikuti ajang The Best Contact Center Indonesia pada tahun 2019 Sarah Jasmine menjadi pemenang Gold pada kategori The Best Agent Inbound. Sebagai perwakilan dari PT AXA Financial Indonesia, tentu ini adalah hal luar biasa yang ia torehkan. Membawakan sebuah materi yang bertema Bunga Melati. wanita kelahiran Jakarta 12 September 1997 ini memaparkan kelebihan dan kekurangan dari bunga Melati tersebut. Selain cantik dan wangi, ternyata ada makna lain yang melekat pada indahnya sebuah Melati. kata tersebut adalah suci, yang juga sering digambarkan melalui hadirnya bunga Melati. Selain suci, bunga Melati memiliki manfaat sebagai penyembuh luka dan pencipta rasa tenang melalui aroma yang dikeluarkan.

Paparan bunga melati yang disampaikan oleh Sarah, kini menggambarkan dirinya. Yakni Sarah Jasmine, melati putih yang sedang bersemi di tangan AXA siap mengabdi kepada AXA dan para nasabahnya. Melayani nasabahnya dengan tulus, bertindak dengan cepat, memberikan solusi dengan tepat dan menangani keluhan dengan cara yang cermat adalah sebagian pengabdian dan tugasnya kepada para nasabah.

Sebagai Agent Inbound diperlukan kompetensi yang dapat membantu Sarah dalam menjalankan pengabdiannya. Hal yang selalu berdampingan antara kewajiban dan kompetensi pastinya

benar-benar ia miliki. Diantaranya adalah kemampuan dalam berkomunikasi, yang membantunya mengetahui kapan waktu yang tepat untuk menjadi seorang pendengar dan kapan waktu yang tepat untuk menjadi seorang pembicara. Juga kemampuan lainnya seperti menguasai informasi dan pengetahuan materi produk. Agar segala bentuk informasi yang ada dapat tersampaikan secara tepat dan akurat kepada nasabah. Ketika dua kemampuan tersebut dapat dilakukan dengan baik, hal penting yang harus diperhatikan lainnya adalah perilaku Sarah saat melayani nasabah. Ia harus tetap menjaga perilakunya dalam kondisi apapun, sekalipun dalam kondisi yang menyebabkan emosi.

Menjadi seorang Agent Inbound PT AXA Financial Indonesia ada beberapa hal yang sering Sarah hadapi, yaitu kurangnya pemahaman para nasabah dalam mengartikan asuransi mereka. Banyak yang terlintas dipikiran mereka mengenai pemahaman kata asuransi. Ada yang mengartikannya sebagai proteksi, investasi atau bahkan berpikir bahwa asuransi sama seperti menabung di Bank. Ketiga artian tersebut sering ditemui oleh Sarah ketika menghadapi nasabah, dan seringkali menjadi bahan keluhan yang dilaporkan. Untuk itu Sarah merasa wajib menginformasikan terkait perbedaan dari manfaat proteksi versus investasi.

Sarah harus mampu mengidentifikasi terkait kebutuhan dan informasi apa yang nasabah butuhkan. Agar nasabah memahami konsep asuransi yang ia miliki. Kebutuhan pertama adalah Informasi Versus Proteksi atau Perlindungan. Yakni nasabah memerlukan penjelasan mengenai pentingnya proteksi diri untuk menghadapi resiko kematiannya. Yang kedua nasabah juga membutuhkan informasi terkait konsep investasi. Terdapaat perbedaan konsep investasi pada asuransi dengan investasi pada umumnya. Investasi pada asuransi adalah meletakkan sejumlah uang pada asuransi yang mana proteksi adalah hal utama yang diunggulkan pada jangka panjang. Sedangkan

saldo investasinya merupakan tambahan yang dapat dirasakan. Yang ketiga adalah nasabah sangat memerlukan informasi mengenai manfaat akhir asuransi yang merupakan gabungan dari kedua investasi sebelumnya.

Pada penjelasan proteksi dan investasi, nasabah harus memahami bahwa asuransi yang mereka miliki sudah mewakili dua hal yang diperlukan. Yakni konsep proteksi atau perlindungan dan informasi konsep investasi sehingga bila terjadi resiko, semua sudah tercatat di buku tahunan. Seluruh nasabah asuransi wajib membaca dan memahami buku polis, karena 90% nasabah yang ditangani oleh Sarah belum sepenuhnya mengerti mengenai isi dari buku polis yang mereka miliki. Semua Agent contact center pasti sama, ingin memberikan informasi dan pelayanan yang terbaik untuk nasabahnya, begitu juga dengan Sarah. Dengan memiliki motivasi memberikan pelayanan yang terbaik, Sarah membuat beberapa kreativitas yang bertujuan untuk mempermudah dirinya dan juga nasabahnya memahami berbagai informasi yang ada.

Kreativitas pertama yang dilakukan oleh Sarah adalah membuat BULAN yang jika dijabarkan adalah sebuah Buku Hafalan. Di PT AXA Financial Indonesia ada lebih dari 60 produk asuransi yang harus ia kuasai. Dengan kreativitas BULAN yang ia buat ini lah memudahkan pencarian spesifikasi mengenai produk-produk tertentu. Kreativitas yang kedua adalah membuat KAPAL atau yang biasa disebut dengan Kamus Pasal. Segala kebutuhan mengenai pasal dan produk dirangkum menjadi satu kesatuan di dalam KAPAL tersebut. Kemudian kreativitas yang terakhir yakni membuat KLASI yang biasa disebut dengan Kliping Informasi Investasi. Kegunaannya adalah untuk mempermudah mencari dan menyampaikan mengenai informasi investasi, Sarah membuat kliping yang berbeda dengan kliping pada umumnya, dirinya mengandalkan teknologi untuk membuat KLASI tersebut.

Dari kreativitas yang dijalankan tersebut, ada beberapa testimoni Instant Customer Feedback yang Sarah dapatkan. Hasil rata-rata dari testimoni tersebut adalah nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Sarah. Dengan

kepuasan nasabah tersebut, ia selalu ingin memberikan pelayanan yang semakin lebih baik lagi. Kepuasan penjelasan pengenai Proteksi Versus Investasi tersebut merupakan bentuk keberhasilan seorang Agent dalam melayani nasabahnya. Namun, keberhasilan yang diperoleh Sarah tidak dengan mudah didapatkan begitu saja. Tetap ada pengembangan diri yang terus ia lakukan.

Pengembangan diri yang sampai saat ini terus ia lakukan adalah dengan melakukan roleplay atau forum group discussion dengan seluruh tim contact centernya. Sarah juga kerap melakukan olahraga yoga untuk dapat merelaksasi hati dan pikirannya, sehingga ia dapat memberikan pelayanan sempurna untuk nasabah. Ia juga mengikuti training atau pelatihan di AXA Academy guna memperdalam product knowledge juga informasi prosedur kerja.

Dari pengembangan diri tersebut, tercapailah beberapa pencapaian kinerja yang terdata pada awal Januari hingga Juni 2019. Diantaranya adalah Productivity dengan target 85% dan Sarah mampu mencapai rata-rata di angka 87%. Kemudian Quality dengan target 85%, Sarah mampu mencapai rata-rata di angka 95%. Instant Customer Feedback dengan target 100% dan ia mampu mencapai target tersebut. Yang terakhir adalah Firt Contact Resolution dengan target 80%, ia mendapatkan rata-rata di 90%.

Segala sesuatu yang Sarah lakukan hingga saat ini memiliki tujuan untuk dapat mencapai dan mewujudkan motivasi pengembangan dirinya. Yaitu dengan tercapainya kepuasan nasabah, menjadi AXA Service Ambassador dan menjadi pemenang The Best Contact Center Indonesia 2019. Ada satu pesan yang diberikan oleh Ibundanya yang menjadi motivasi terbesarnya dalam melayani nasabah. Kata-kata tersebut adalah "Tidak ada yang sia-sia dalam berbuat kebaikan. Teruslah berbuat baik dan kebaikan itu akan berbalik kepadamu". ✆

Keberhasilan Program "Home in Harmony"

Sukirno Susilo
Pemenang Gold The Best Team Leader
Kring Pajak 1500200, KLIP DJP, Kementerian Keuangan

Bermain gitar merupakan hobi pria satu ini. Dua hal yang selalu diperhatikan dalam bermain gitar adalah memastikan ketepatan nada di setiap senar-senarnya sudah sesuai dengan nadanya. Kemudian yang kedua adalah posisi jari saat memegang kunci juga harus sesuai dengan pola-polanya. Sebab apabila ada yang salah pasti akan menghasilkan suara yang sumbang. Sama seperti kesehariannya dalam menjadi Team Leader, agar tercipta suatu keharmonisan ia memposisikan sebagai seorang gitaris dan senar gitar yang ada adalah seluruh timnya.

Pria bernama lengkap Sukirno Susilo ini adalah seorang Team Leader Inbound di Kring Pajak 1500200.. Perjalanan karirnya dimulai pada saat ia lulus dari STM jurusan listrik pada tahun 2009, kemudian bekerja di pabrik plastik tahun 2009 sampai 2010. Lalu berkuliah di STAN pada 2010 hingga 2014, menjadi kasir swalayan selama satu tahun, bekerja di KPP Pratama di tahun 2014 hingga 2017 dan bergabung dengan KLIP Pajak pada Juli 2017 hingga saat ini.

Perjalanan karirnya yang tidak saling berkesinambungan membuat pria dengan pembawaan tenang ini mendapatkan banyak pengalaman. Ketika bekerja di pabrik ia belajar tentang kedisiplinan dan ketika bekerja di kasir ia belajar mengenai ketelitian, sebab disiplin dan teliti dapat membentuk karakternya

hingga seperti saat ini. Dengan demikian instansi pun menganggapnya pantas untuk menjadi seorang Team Leader dan mengikutsertakannya dalam ajang The Best Contact Center Indonesia 2019. Kepantasan yang didapatkan membuat pecutan bagi Sukirno untuk membuktikan bahwa instansi tidak salah memilihnya karena ia mampu memboyong sebuah medali Gold pada kategori The Best Team Leader.

Dalam bertugas Sukirno selalu memastikan kesiapan tim dan Agent maupun peralatannya. Ia juga senantiasa mengawasi kinerja Agent. Kemudian melakukan analisis atas hasil kerja yang dilakukan oleh Agent. Selalu memberikan bimbingan dan masukan perbaikan kinerja. Serta melakukan pengembangan tim dalam artian terus meningkatkan kompetensi Agent dan menjadikan tim semakin solid.

Untuk melaksanakan tugasnya sehari-hari, Sukirno mengandalkan 3 kompetensi yang ia singkat AHT yaitu Analytical, Hardskill dan Softskill serta Team Management. Kompetensi Analytical adalah kemampuan Sukirno untuk mengelola kegiatan hasil kerja kemudian dijadikan laporan dan mengambil kesimpulan atasnya. Untuk kompetensi Hardskill dan Softskill yaitu kemampuannya untuk memahami serta menjelaskan baik itu aturan atau aplikasi perpajakan. Kemudian Team Management adalah kemampuan untuk mengelola sumber daya yang ada di tim, terkhusus Agent, serta berkoordinasi dengan pihak eksternal lainnya.

Sebagai Team Leader Sukirno memiliki sebuah program kerja. Program tersebut terinspirasi dari sebuah rumah, yang mana dalam rumah tersebut menciptakan rasa nyaman, sehingga ia menciptakan program bernama “Home in Harmony “. Pada tahun 2018 ia dipercaya untuk memimpin sebuah kelompok yang terdiri dari 2 Agent Senior dan 4 Agent Junior. Keempat Agent Junior merupakan mutasi dari KPP Pratama yang kebetulan mereka semua ada di bagian umum sebagai

Sekretaris, Bendahara, Perlengkapan dan juga Kepegawaian. Sebagai informasi bahwa pekerjaan yang ada di KPP Pratama dengan di Kring Pajak itu berbeda. Dulu ketika Agent Junior berada di KPP Pratama sebagai umum, pekerjaan mereka sifatnya fleksibel. Bisa dikerjakan kapan saja, bersifat administratif seperti surat menyurat dan tidak menangani hal-hal yang berbau perpajakan.

Berbeda dengan ketika mereka menjadi Agent di Kring Pajak, pekerjaan mereka kini terikat dengan jadwal Online. Mereka juga harus mampu memahami dan menjelaskan aturan perpajakan juga aplikasi perpajakan. Hal inilah yang menjadi masalah di tim Sukirno. Pertama adalah permasalahan *Kedisiplinan*, karena Agent yang terbiasa fleksibel maka ketepatan jadwal Online nya masih jauh dibawah target yang ditentukan sebesar 90%. Kemudian masalah *Produktivitas* Agent karena belum terbiasa dengan aplikasi perpajakan, menyebabkan mereka membutuhkan waktu lama untuk menjelaskan ke wajib pajak. Dengan demikian berdampak pada jumlah telepon yang dilayani setiap jamnya masih dibawah target yaitu 6 telepon. Lalu masalah kualitas, yang mana Agent dulu tidak terbiasa dengan peraturan pajak, sekarang harus bisa menjelaskan sekitar 16 ribu lebih peraturan perpajakan. Kualitas jawaban mereka juga masih dibawah target 92%. Dengan adanya permasalahan tersebut, Sukirno yakin bahwa ia mampu membantu keempat Agentnya agar dapat menuntaskan target-target yang ada.

Untuk melaksanakan program "Home in Harmony" Sukirno melakukan 3 langkah diantaranya dalami dunia mereka terlebih dahulu atau *Infiltrate*, pecahkan masalahnya atau *Solve* dan buat mereka nyaman atau *Make*. Untuk menyelami dunia Agentnya, Sukirno melakukan observasi ke akun media sosial mereka dengan melihat aktivitas berupa unggahan hingga komentar. Kemudian ia melakukan pendekatan dengan bertanya hobi, karakter maupun sikap Agent untuk mendapatkan bahan komunikasi dengan mereka. Setiap sore Sukirno selalu membiasakan timnya untuk selalu berkumpul sekadar untuk bincang-bincang tentang pekerjaan ataupun di luar pekerjaan sambil bernyanyi dan bergitar. Dari kegiatan yang dilakukan, ia mendapatkan kepercayaan dari Agentnya. Kemudian ia juga

mendapatkan peluang untuk mudah melakukan perbaikan-perbaikan atas masalah yang mereka hadapi.

Salah satunya adalah masalah kedisiplinan, Agent yang dulu terbiasa fleksibel kini Sukirno mulai membiasakannya dengan mengirimkan jadwal mereka melalui aplikasi Whatsapp pada H-1. Tujuannya agar mereka mengetahuinya dari awal dan melakukan persiapan. Lalu Sukirno juga mengatur posisi tempat duduk yang mana dua Agent Senior diletakkan di antara keempat Agent Junior. Agar kedua Agent Senior dapat membantunya meningkatkan kedisiplinan Agent Junior nya sehingga tepat waktu Onlinenya. Di sisi lain Sukirno juga menanamkan pada Agent Junior betapa pentingnya tepat waktu. Ketika mereka telat, beban kerjanya akan beralih ke Agent lainnya sehingga tercipta antrean, menurunkan kepuasan wajib pajak dan berimbas pada nilai Agent dan tim yang akan dicapai.

Selanjutnya masalah produktivitas yang disebabkan Agent belum terbiasa dengan aplikasi perpajakan. Sukirno melakukan simulasi dan mengajarkan langsung cara menggunakan aplikasi tersebut dan cara mengatasi permasalahannya. Sebagai evaluasi, ia membuat contoh kasus untuk dikerjakan dalam aplikasi oleh Agent Junior. Dari hasil yang ada, ia mengambil kesimpulan bahwa Agent sudah mampu menggunakan aplikasi, namun di sisi lain mereka masih belum tercapai untuk waktu pelayanan yang ditargetkan. Sukirno membuat sebuah catatan kecil yang ditempel di telepon mereka mengadopsi status level gunung Merapi yang berisi 5 menit menunjukkan masih aman, 10 menit berarti waspada, 15 menit siaga, 20 menit awas, 25 menit bahaya, 30 menit celaka dan lebih dari itu sudah memasuki level kiamat. Catatan tersebut dimaksudkan agar Agent dapat mengontrol lamanya percakapan mereka dengan wajib pajak.

Masalah berikutnya adalah Agent Junior masih belum terbiasa dengan aturan-aturan perpajakan, kemudian Sukirno mengajak mereka untuk berdiskusi. Baik di sela waktu Online atau pada saat Offline untuk membahas pertanyaan wajib pajak yang sulit dan menyamakan persepsi. Sebagai bahan evaluasi, Sukirno membuatkan kuis untuk dikerjakan dan hasilnya Agent Junior

sudah memahami peraturan perpajakan yang ada. Masih belum cukup sampai di situ, Agent juga harus mampu menjelaskan kepada wajib pajak hingga mereka mengerti tentunya hal ini membutuhkan soft skill. Dengan begitu Sukirno membagikan bingkai foto kepada Agentnya untuk dipasangkan foto orang-orang terkasih. Tujuannya adalah agar mereka selalu mengingat dan termotivasi sehingga dapat mengontrol percakapannya dengan baik terhadap wajib pajak.

Kreativitas yang dilakukan oleh Sukirno terbukti membantunya dalam menyelesaikan 3 permasalahan. Namun ia khawatir Agentnya akan jenuh karena tugas yang dikerjakan hanya sebatas Online. Agar Agent menikmati pekerjaannya, Sukirno menjadikan dirinya sebagai pemacu agar Agent bisa mengeluarkan bakat-bakat tertentu. Ia melibatkan Agent dalam kegiatan kantor untuk menyalurkan bakat-bakat yang ada. Program "Home In Harmony" yang dijalankan membuat Agent mampu meraih nilai kuantitatif yang naik secara signifikan. Bila keempat Agent Junior disandingkan dengan Agent Senior maka seluruh target tim yang ada sudah tercapai.

Tentunya untuk dapat memberikan yang terbaik, Sukirno melakukan berbagai pengembangan. Salah satunya adalah pembelajaran mengikuti seminar perpajakan ataupun di luar perpajakan seperti workshop videography. Ia juga senantiasa melatih kemampuannya dalam bermain gitar agar suasana hatinya tetap terjaga sehingga mampu memberikan pelayanan terbaiknya. Sukirno juga kerap berbagi ilmu dengan ikut mengisi acara yang diadakan oleh KLIP Pajak.

Tercapainya seluruh target dari Januari hingga Juni tahun 2019 dibagi ke dalam 4 aspek oleh Sukirno. Pada aspek kedisiplinan timnya mampu melampaui target 100%, pada aspek produktivitas yang dihitung dari jumlah telepon, timnya mampu melayani lebih dari 6 call per jam. Untuk aspek kualitas timnya mampu melampaui target 92% yang semula di tahun 2018 tidak tercapai. Dari sisi coaching Sukirno tidak pernah alfa untuk memberikan feedback kepada timnya sehingga ia mampu mencapai target 100%.

Dari pencapaiannya sebagai seorang Team Leader, Sukirno ingin memberikan yang lebih baik lagi dengan beberapa

motivasi. Ia menginginkan adanya AIR atau Agent Integrated Report semacam website internal Agent yang isinya hasil kerja mereka kemudian Agent bisa isi sendiri, sehingga mengetahui kinerja mereka seperti apa. Kemudian Sky Line atau Schedule Online berupa aplikasi yang bisa diakses melalui handphone oleh masing-masing Agent agar mereka tahu jadwal Online mereka kapan saja. Yang terakhir adalah Viral atau Video Tutorial tentang tata cara penggunan aplikasi perpajakan yang akan dibagikan di media sosial sebagai salah satu edukasi kepada wajib pajak. ✆

Layanan Cerdik Media Sosial

Ti Apri Nadilla S. Pane
Pemenang Gold The Best Agent Digital
Kring Pajak 1500200, KLIP DJP, Kementerian Keuangan

Sejatinya manusia hidup memiliki banyak kebutuhan. Dahulu, kebutuhan pokok manusia terdiri dari sandang, papan dan pangan. Tetapi saat ini kebutuhan pokok itu bertambah satu yakni, kuota internet. Melonjaknya pengguna Smartphone di dunia memperkenalkan kebutuhan baru kuota internet yang salah satunya digunakan untuk kegiatan di media sosial. Di sinilah peran institusi KLIP DJP memberikan pelayanan melalui Media Sosial dari salah satu agentnya yaitu Ti Apri Nadilla Sitorus Pane seorang Agent Social Media dari contact center Kring Pajak 1500200.

Dilla memutuskan melanjutkan pendidikannya ke Politeknik Keuangan Negara STAN dan lulus pada tahun 2017. Pada Maret 2018 Dilla bergabung dengan Kring Pajak sebagai Agent Inbound, kemudian di bulan November 2018 hingga saat ini dirinya dipercaya untuk menjalankan tugasnya sebagai Agent Social Media.

Sebagai Agent Social Media contact center pemerintah, Dilla mengemban tugas dan tanggung jawab yang besar. Ia harus memberikan informasi perpajakan yang ditanyakan melalui media sosial dan harus sesuai dengan 16 ribu lebih peraturan perpajakan yang berlaku saat ini. Bukan hanya pertanyaan mengenai perpajakan, namun pertanyaan terkait aplikasinya pun menjadi makanan bagi Dilla sehari-hari. Kemudian Dilla juga

dituntut untuk dapat membangun hubungan yang erat antara admin media sosial dan juga para Kawan Pajak.

Untuk menjalankan beberapa tugas tersebut, Dilla menunjangnya dengan kompetensi yang dimiliki. Sebuah keharusan bagi Agent di Kring Pajak memiliki pengetahuan mengenai peraturan perpajakan. Maka dari itu 3 kemampuan khusus lainnya yang ia miliki adalah Creative Content Creator, Social Media Geek dan Writing Skill.

Dilla memiliki kemampuan Creative Content Creator, sehingga informasi mengenai peraturan perpajakan yang dikuasai dapat ia kemas semenarik mungkin. Dilla juga memiliki kemampuan untuk selalu mengetahui informasi-informasi perkembangan media sosial saat ini karena dirinya adalah seorang Social Media Geek. Hal tersebut dapat membantunya mengetahui konten apa yang sedang viral di media sosial. Tidak kalah penting, adalah kemampuan menulis. karena kata-kata yang sering digunakan di sosial media khususnya twitter adalah kata-kata yang mudah dimengerti bagi kawan pajak atau masyarakat walaupun berisi peraturan.

Berbekal dari kompetensi tersebut terus mendukungnya untuk memberikan pelayanan prima kepada para wajib pajak. Bercerita mengenai pelayanan, ada salah satu pengalaman pelayanan yang menarik. Pengalaman tersebut terjadi pada 19 Februari 2019. Pada saat yang sama sedang terjadi kerusakan sistem di Kring Pajak yang mengakibatkan tidak dapat diaksesnya layanan telepon, live chat, dan juga email Kring Pajak pada saat yang bersamaan. Maka satu-satunya layanan yang dapat Kring Pajak berikan hanya melalui media sosial twitter. Hal tersebut menyebabkan adanya lonjakan mention di twitter 4 kali lebih banyak dari biasanya.

Pengalaman pelayanan pada saat itu menjadi pengalaman yang menarik, karena Dilla juga harus menangani para wajib pajak yang biasanya menggunakan layanan inbound untuk

menghubungi Kring Pajak. Bagi Dilla, terdapat perbedaan karakteristik antara wajib pajak di layanan Inbound dan media sosial, khususnya twitter. Wajib pajak yang menghubungi Agent Inbound menyampaikan pertanyaan yang kompleks dan tentu membutuhkan jawaban yang komprehensif. Wajib pajak Inbound juga biasanya tipe yang mendengarkan penjelasan undang-undang, bukan tipe membacanya melalui twitter. Dilla mengungkapkan bahwa terdapat wajib pajak yang mengungkapkan kekecewaannya karena tidak dapat menghubungi layanan inbound Kring Pajak.

Kejadian tersebut membuat kemampuan Creative Content Creator Dilla muncul. Langkah awal yang dilakukan adalah mengembalikan mood wajib pajak yang kecewa. Sebagai pengguna media sosial, ia berpikir mengenai sebuah meme atau yang dikenal dengan ngakak online. Buah dari pikiran tersebutlah yang membawa Dilla memulai 3 kreativitas handalnya.

Kreativitas pertama adalah membuat meme atau Make a Meme untuk menurunkan kekecewaan para kawan pajak. Dilengkapi dengan permohonan maaf atas ketidaknyamanan layanan yang Kring Pajak berikan. Kemudian beberapa menit setelah meme tersebut diposting ternyata banyak mention yang masuk yang seluruh komentarnya adalah komentar-komentar yang positif. Setelah mampu mengembalikan mood baik kawan pajak, Dilla kemudian tetap melayani satu persatu komplain yang masuk ke akun twitter Kring Pajak. Namun, metode yang diberikan oleh Dilla adalah tidak mengetik langsung ke twitter Kring Pajak karena akan memakan waktu kerja yang banyak nantinya.

Selanjutnya Dila melakukan kreativitas yang kedua dengan Copy Paste. Bukan hanya tinggal mengganti nama pelanggannya, Copy Paste yang sudah biasa dilakukan. Dilla melakukan Copy Paste yang sudah ia siapkan sebelumnya dalam sebuah memori Handphone ataupun di Notes computer. Konten yang dimunculkan dapat berupa pantun, gombalan anak-anak zaman sekarang, serta lirik lagu. Semua sudah pernah ia coba sehingga ia berhasil mengatasi komplain tersebut.

Setelah berhasil mengatasi komplain, kawan pajak memberitahukan permasalahannya yaitu ingin dipandu mengenai pelaporan SPT tahunan. Kemudian Dilla melakukan kreativitas yang ketiga yakni Shorten the Mention. Dalam menjelaskan kepada wajib pajak biasanya membutuhkan 5 mention atau lebih. Dengan kreativitas ini, ia hanya membutuhkan 2 mention saja.

Pada mention pertama, Dilla memberikan sebuah branches yang berisikan pertanyaan-pertanyaan seperti SPT apa yang digunakan wajib pajak, karena berbeda SPT nya berbeda pula panduan yang diberikan. Setelah mengetahui jenis SPT di mention yang pertama, lalu Dilla memberikan panduan di mention yang kedua. Ia berikan langsung melalui 2 opsi atau pilihan. Pada pilihan pertama berupa infografis "10 langkah jitu lapor SPT tahunan". Yang pasti kemasannya menjadi menarik, singkat dan mudah untuk dipahami bagi wajab pajak yang biasa membaca. Selain itu ada pilihan kedua yakni dengan memberikan link video panduan lapor SPT tahunan dari akun resmi Youtube Direktorat Jenderal Pajak. Dengan 2 pilihan tersebut, Dilla mampu memfasilitasi seluruh kebutuhan wajib pajak.

Ketiga kreativitas tersebut tentunya memberikan manfaat. Bagi wajib pajak, mereka puas dengan adanya layanan dan informasi yang cepat juga tepat. Kemudian bagi Dilla sebagai seorang Agent, kreativitas tersebut meningkatkan produktivitasnya yang berimbas pada penilaian kinerja. Bagi KLIP DJP sendiri, kepuasan dan kepercayaan wajib pajak pun meningkat. Dengan begitu mereka sukarela untuk memenuhi kewajiban perpajakan.

Pencapaian tersebut, tidak luput dari setiap pengembangan diri yang Dilla lakukan. Ia mengikuti Tax Knowledge Sharing yakni kegiatan berbagi informasi terkait perpajakan yang akan menambah kualitas dan juga kuantitas mengenai perpajakan yang mereka sampaikan kepada wajib pajak. Dilla juga mengikuti kegiatan rutin dari acara yang diadakan Direktorat Jenderal Pajak yang bernama Spectaxcular. Di kegiatan tersebut ia menantang dirinya sendiri untuk meningkatkan kemampuan komunikasinya berhadapan secara langsung dengan wajib

pajak. Dilla juga mengikuti Gerakan Indonesia Sehat agar meningkatkan rasa pedulinya kepada masyarakat yang akan berdampak pada rasa pedulinya kepada para wajib pajak dan juga institusinya.

Pengembangan diri dan kreativitas yang sudah dilakukan benar-benar berimbas kepada 4 Key Performance Indicator Dilla selama 6 bulan awal di tahun 2019. Pada keterangan waktu Dilla bekerja, ia dapat mempertahankan di angka 100% setiap bulannya. Untuk jumlah mention yang dijawab sudah mencapai bahkan melebihi target yang ditetapkan di angka 85%. Untuk penilaian Response Time sendiri, ia mampu berada di bawah standar waktu yang ditetapkan selama 15 menit. Namun itu tidak berefek pada kualitas jawaban yang diberikan oleh Dilla, walaupun respon waktu minimal, namun penjelasan maksimal. Terbukti dari penilaian Quality Score yang selalu berada di atas target yang telah ditetapkan sebesar 90%.

Dengan pencapaian yang begitu dahsyat Dilla memiliki mimpi-mimpi yang masih ingin ia capai. Salah satunya adalah memenangkan kompetisi The Best Contact Center Indonesia 2019. Tentu saja hal tersebut ia buktikan, karena ia mampu meraih medali Gold pada kategori The Best Agent Digital. Dilla juga ingin menjadi seorang Team Leader karena dengan kewenangan yang tinggi, ia dapat lebih berkontribusi kepada negara. Tak lepas dari dunia pendidikan, ia ingin melanjutkan pendidikannya terkait dengan dunia perpajakan juga menjadi seorang Tax Vlogger yang dapat mengedukasi masyarakat. ✆

Berkreasi Dalam Bingkai Birokrasi "Small But Powerful"

Tiurma Simorangkir
Pemenang Gold Best Of The Best Supervisor
Kring Pajak 1500200, KLIP DJP, Kementerian Keuangan

Menangani Pengiriman Darurat

Utami Astuti Parhadita
Pemenang Gold The Best Agent Inbound
DHL Express

Bekerja di salah satu perusahaan internasional yang bergerak di industri layanan ekspedisi barang, Utami Astuti Parhadita terus maju dan tumbuh berkat tantangan-tantangan yang diberikan kepadanya. Bergabung dengan DHL Express sejak 2017 wanita kelahiran Jakarta 30 Agustus 1994 ini memberikan sebagian baktinya untuk melayani pelanggan. Melalui pelayanan yang membantunya dalam berkarir, pada 2019 Utami berkesempatan mengikuti perlombaan The Best Contact Center Indonesia dan membopong sebuah medali Gold pada kategori The Best Agent Inbound.

Saat berlomba, wanita lulusan Sastra Perancis Universitas Padjadjaran ini menyapa dewan juri dengan menggunakan bahasa Perancis. Sebagai generasi penerus bangsa, Utami mengatakan bahwa bergabung dengan DHL Express membuatnya melakukan kreativitas dan inovasi untuk turut berkontribusi pada pelayanan yang ada di Negeri ini. Memberikan pelayanan dan informasi produk yang ada di DHL Express, membuat laporan untuk penanganan pelanggan yang perlu ditindaklanjuti oleh Agent Back Office, memberikan edukasi dan informasi yang dibutuhkan pelanggan, serta memberikan respon yang baik adalah 4 tugas pokok Utami setiap hari.

Dalam menjalankan tugasnya, Utami memiliki beberapa kompetensi yang ia namakan dengan “Conductor” yaitu

CONsistent, Discipline, Understanding, CreaTive, ORganized. Demi menjaga performanya, Utami memiliki kemampuan untuk selalu konsisten memberikan pelayanan terbaik. Tidak kalah penting ia juga selalu disiplin dalam mengikuti peraturan dan jadwal yang ada di perusahaannya, mengingat segala aktivitas yang ada di contact center selalu diukur. Kemudian, kemampuan Understanding, atau mengerti apa yang diinginkan pelanggan juga kerap ia miliki. Seiring dengan perkembangan saat ini, kebutuhan pelanggan juga selalu berubah, maka ia harus bersifat dinamis untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Serta memiliki kreativitas yang membantu pelayanan juga keteraturan dalam menangani pekerjaannya sehari-hari.

Kurang lebih 3 sampai 4 tahun bergabung dengan DHL Express, Utami memiliki segudang pengalaman pelanggan. Kali ini pengalaman yang paling berkesan bagi dirinya adalah sebuah pengiriman darurat untuk acara pelepasan. Sebuah barang berasal dari negara Polandia yang akan ditujukan ke Bandung tentu memakan waktu pengiriman yang tidak sebentar. Yang mana untuk transit barang membutuhkan waktu sekitar 3 hari kerja. Itu pun belum dihitung dengan proses masuk ke Bea Cukai Indonesia.

Ketika barang tersebut dikirimkan pada 23 Januari 2019 di hari Rabu, seorang pelanggan yang menghubungi Utami mengatakan bahwa barang tersebut akan digunakan sebelum tanggal 28 Januari 2019 yang bertepatan pada hari Senin. Dalam hal itu sendiri, barang yang dikirim akan sampai ke Bea Cukai pada tanggal 25. Sedangkan lamanya proses barang yang ada di Bea Cukai tidak dapat dipastikan.

Dari situlah Utami berinisiatif membuat laporan agar bisa ditindaklanjuti oleh bagian Back Office. Lalu ia membuat laporan dan melakukan koordinasi kepada Agent Back Office yang menangani agar barang yang dilaporkan tersebut diprioritaskan

untuk proses kebeacukaiannya. Kemudian apabila barang sudah selesai dari proses Bea Cukai, maka barang bisa diikutkan dalam container untuk dikirimkan di hari Sabtu. Utami juga memastikan kepada tim operasional yang berada di wilayah Bandung agar dengan segera mengantar barang tersebut tepat pada hari Sabtu juga.

Kreativitas yang dilakukan Utami ketika mendapatkan permintaan pelayanan yang saat itu ditanganinya pertama adalah ketenangan atau kontrol diri. Pada saat yang bersamaan, pelanggan merasa panik karena pelanggan tidak tahu bahwa barang yang dikirim ke Indonesia harus melewati proses-proses Bea Cukai terlebih dahulu. Dengan demikian dalam keadaan yang sama, Utami harus bersikap tenang dan mengontrol situasi agar kepanikan pelanggan mereda.

Kreativitas kedua adalah melakukan brainstorming, yang biasanya dilakukan dalam jangka waktu satu minggu satu kali bersama dengan Supervisor. Jadi bagaimana dirinya bertindak secara spontan untuk memecahkan masalah pada waktu yang terbatas. Ditunjang dengan kreativitas ketiga yakni Resilience atau pantang menyerah karena Utami berpegang teguh bahwa setiap masalah yang hadir pasti selalu ada solusinya.

Dari pengalaman dan kreativitas yang telah dilakukan, tentunya memiliki segudang manfaat yang dirasakan. Salah satu yang paling penting dan utama adalah kepuasan pelanggan, karena misi dan kreativitas tersebut sudah tercapai sehingga barang dapat diterima dengan baik sebelum hari yang ditentukan. Kemudian bagi Utami dan timnya, dengan kekuatan bersama yang dijalankan akhirnya mereka mencapai kesuksesan dalam menangani kasus tersebut.

Kesuksesan Utami dalam menjalankan setiap kreativitas tidak luput dari setiap pengembangan diri yang ia lakukan. Ia selalu mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh DHL Express seperti DHL's Got Heart Projects, Superselling Hero Campaign, Center of Excellence dan DHL's Blood Donation. Kegiatan-kegiatan pengembangan yang ia ikuti cukup berimbas pada keberhasilannya hingga saat ini. Membuat penyegaran dan ide-ide baru bermunculan.

Keberhasilan tersebut berefek juga pada hasil Key Performance Indicator Utami yang terdiri dari 4 aspek dengan rentang waktu 6 bulan yang dimulai pada bulan Januari dan berakhir di bulan Juni 2019. Pertama adalah Adherence yang membuat Agent menepati jadwal yang telah ditetapkan oleh Supervisor. Jadwal tersebut harus dipatuhi dan penting untuk dijalani. Nilai Adherence yang dicapai hasilnya melebihi target yang telah ditetapkan perusahaan yakni 97% dari target 94%. Yang kedua adalah nilai Attendance atau kehadiran yang tentunya memengaruhi Service Level sehingga kehadiran Agent sangat menunjang performa suatu contact center dalam sebuah perusahaan. Nilai Attendance yang dicapai hasilnya 98,7% dari target 94%. Ketiga adalah Quality Monitoring, yakni kualitas sebagai Agent dipastikan setiap bulan oleh Supervisor agar ia tidak hanya bekerja sesuai standar, kemudian juga harus memberikan pelayanan yang prima. Hasil Quality Monitoring yang dicapai adalah 94,3% dari target 90%. Yang terakhir adalah nilai Auxiliary yang dapat membuktikan apakah Agent sudah mumpuni atau masih ada yang perlu dievaluasi. Hasil yang didapatkan sebesar 96,5% dari target yang ditentukan 94%.

Pencapaian nilai yang nyaris sempurna semakin memotivasi Utami untuk melakukan pengembangan yang lebih baik lagi di tahun berikutnya. Dengan mengikuti project Team Leader yang diselenggarakan oleh para Manager. Agent memiliki kesempatan untuk melakukan program-program selama 3 sampai 6 bulan. Dengan mengikuti project tersebut di tahun depan Utami yakin bahwa ia bisa mengembangkan potensi yang ada pada dirinya. ✆

Program Kerja "Shoot"

Wahyu Adi Rahardjo
Pemenang Gold The Best Supervisor
Halo BCA, PT Bank Central Asia, Tbk

Ketika merekam dan memoto suatu hal yang menarik, seorang Juru Potret tidak langsung melakukan pemotretan. Hal yang dilakukan adalah "I walk and I look, I stop and I think and then I Shoot". Begitulah dalam fotografi, sama dengan aktivitas yang dilakukan oleh Wahyu Adi Raharjo seorang Supervisor dari Halo BCA. Ia berjalan dan melihat, Ia berhenti dan berpikir kemudian Ia lakukan eksekusi untuk mengukir prestasi.

Lahir di kota Kendal 28 tahun silam lalu, Wahyu menyelesaikan pendidikan S1 nya di kota Semarang. Ia mulai bergabung dengan Halo BCA sejak bulan November tahun 2014. Dengan jabatan Supervisor yang diamanahkan pada dirinya, Wahyu berupaya untuk memberikan kenyamanan dalam bekerja kepada seluruh anggota timnya. Dengan budaya kerja yang positif, pria bertubuh jenjang ini percaya bahwa ia akan menghasilkan aura yang positif pula dalam bekerja.

Memastikan pencapaian dari segi KPI dari perusahaan, melakukan pembaruan dan berbagi pengetahuan kepada angggota timnya serta melakukan pengembangan Agent adalah 3 hal utama yang menjadi tanggung jawab Wahyu. Ia juga memiliki 3 kompetensi yang dapat membantunya dalam menjalankan tanggung jawab tersebut. Menciptakan inovasi-inovasi terbaru yang dapat mengembangkan Halo BCA adalah salah satu dari kompetensi yang Wahyu miliki. Ia juga mampu

berpikir analitis dengan cara breakdown data untuk bisa menyelesaikan permasalahan yang ada. Terlebih lagi pastinya ia memiliki kemampuan untuk mengelola anggota timnya secara baik.

Apabila seseorang berprofesi sebagai seorang Juru Potret, tentu memiliki alat untuk menunjang kinerjanya seperti lensa, kamera bahkan tripod sebagai alat penyanggahnya. Tujuannya adalah agar dapat menghasilkan kualitas foto yang lebih baik. Begitu pula seperti Wahyu yang berprofesi sebagai seorang Supervisor. Agar mampu menghasilkan kinerja yang baik, ia pun memiliki program kerja penunjang yang dinamakan "Shoot".

Alasan Wahyu membuat program kerja Shoot ini adalah banyaknya informasi baru di Halo BCA. Nasabah BCA yang biasanya dilayani setiap harinya adalah nasabah BCA Solitaire, Reguler, Prioritas dan Finance. BCA pun memiliki target untuk bisa membuka informasi akan hal tersebut. Namun dengan banyaknya informasi yang ada menjadikan Agent tidak bisa memahami dan mengetahui keseluruhan informasi tersebut. Dampaknya, informasi yang disampaikan kepada nasabah menjadi tidak sesuai tentunya berdampak pula terhadap target akurasi informasi.

Akurasi Informasi di Halo BCA terbagi menjadi 2 kategori, yaitu akurasi informasi fatal error dan akurasi informasi non fatal error. Akurasi informasi fatal error sangat tidak ditoleransi di Halo BCA, sehingga yang diangkat oleh Wahyu adalah akurasi informasi non fatal error. Dari target 97% nantinya hanya ada 3% toleransi ketidaksesuaian dari seluruh sampel yang dilakukan oleh tim Quality Assurance. Dari akurasi informasi non fatal error yang ada, Call Monitoring Agent ditargetkan sebesar 88%. Untuk mendapatkan nilai yang konsisten maka diperlukan konsistensi Agent untuk memberikan informasi yang akurat kepada nasabah BCA.

Sebagai seorang Juru Potret, ketika melakukan pemotretan tentu membutuhkan alat pendukung seperti pencahayaan yang baik, layar tambahan dan lensa yang mumpuni. Sama dengan Wahyu, sebagai seorang Supervisor dirinya membutuhkan banyak data pendukung agar bisa memberikan informasi yang akurat dari latar belakang program kerjanya. Banyaknya informasi yang ada di Halo BCA dengan jumlah sekitar 4.585 informasi, BCA memiliki Halo Info atau Knowledge Management System yang digunakan sebagai sarana untuk mengkomunikasikannya. Informasi-informasi terbaru akan ditampilkan pada halaman Breaking News Halo Info.

BCA menargetkan 90% Agent Halo BCA harus dapat mengakses informasi melalui aplikasi Halo Info. Namun di tahun 2018 masih ada pencapaian yang belum bisa mencapai target 90% tersebut sehingga memberi dampak pada akurasi informasi non fatal error. Dari target 97% tadi di tahun 2018 masih tersisa 4 bulan yg belum mencapai target. Dengan demikian memberi dampak pada kualitas layanan atau Service Quality. Dengan target 88% di tahun 2018 masih ada yang belum tercapai. Dari data tersebut tentunya menggambarkan tidak konsistennya Agent pada saat memberikan informasi yang tepat kepada nasabah.

Untuk mengatasi hal tersebut, Wahyu memiliki beberapa kreativitas yang dilakukan. Sebagai seorang Juru Potret yang dapat mengubah latar foto yang tidak bagus menjadi bagus dan mengubah kekurangan menjadi kelebihan. Untuk mendapatkannya, seorang Juru Potret tentu melakukan beberapa tahapan yang dilakukan. Sama halnya dengan program kerja, agar dapat memperoleh hasil yang baik maka harus melewati beberapa tahapan pula.

Tahapan pertama yang dinamakan “I walk and I look” yakni Wahyu berjalan dan melihat proses yang dilakukan Agent saat memberikan informasi kepada nasabah. Hasil pada observasinya ternyata ada yang mengalami kendala pada saat menemukan informasi pada Halo Info. Melihat hal tersebut, Wahyu membuatkan Panduan Solusi atau yang disingkat dengan Pansol. Dibuat dengan menggunakan aplikasi Microsoft Word, para Agent hanya langsung klik informasi yang diperlukan.

Kemudian secara otomatis link akan muncul ke halaman Halo Info. Dengan begitu Agent tidak perlu lagi melakukan pengetikan secara manual. Agar dapat memberitahukan informasi terbaru Wahyu memanfaatkan media Wallboard. Letaknya yang berada di tengah-tengah operasional membantunya dalam menyampaikan informasi untuk ke seluruh Agent.

Untuk Agent yang konsisten dalam melakukan pembukaan informasi terbaru, Wahyu memberikan mereka penghargaan berupa hadiah spesial ataupun cuti khusus. Maka bisa memberikan semangat Agent lagi untuk konsisten dalam pembukaan informasi terbaru. Setelah melakukan tahap "I walk and I look" selanjutnya Wahyu melakukan tahapan "I stop and I think". Ia melakukan analisa data untuk mengetahui ketidaksesuaian yang ada atas informasi yang tidak tersampaikan. Ada 2 hal penyumbang terbesar ketidaksesuaian dalam usia online yaitu usia 1 sampai 3 bulan yang mana usia Agent yang baru bergabung di Halo BCA dan yang kedua usia lebih dari 12 bulan atau yang biasa disebut dengan Agent Senior. Kemudian untuk Agent dengan usia 6 sampai 9 bulan adalah Agent yang multitasking. Kendala yang dihadapi oleh masing-masing Agent pun berbeda.

Agent baru memiliki kendala dengan tidak membuka Halo Info saat memberi informasi. Ia juga belum dapat mengatur waktu kerja, sehingga menciptakan banyak temuan. Untuk Agent Multitasking berkendala dengan informasi produk baru yang bekum dikuasai serta materi baru yang belum bisa ditemukan di Halo Info. Berbeda dengan Agent Senior yang memiliki kendala sudah bosan sehingga motivasi menurun.

Selanjutnya Wahyu melakukan tahapan "I shoot" dengan melakukan pembagian Agent dan memilihkan Team Leader untuk mereka dengan spesifikasi yang berbeda-beda. Untuk Agent baru mereka membutuhkan Team Leader yang pintar, perhatian serta keibuan. Kemudian untuk Agent Multitasking mereka membutuhkanTeam Leader yang mampu memberikan motivasi, menguasai Halo Info dan mampu membimbing. Sedangkan Agent Senior membutuhkan Team Leader dengan kreativitas yang tinggi serta mampu memberikan motivasi.

Semua spesifikasi yang Wahyu tentukan kemudian dilakukan pemetaan siapa saja Team Leader yang memilikasi spesifikasi tersebut.

Dari ketiga pembagian Agent tentu diberikan perbaikan dengan cara yang berbeda. Untuk Agent baru diberikan dengan cara Roleplay, seperti Team Leader menelpon Agent. Dengan demikian ketika menemukan temuan maka mereka dapat langsung melakukan perbaikan. Sedangkan untuk Agent Multitasking dengan menggunakan Fun Game. Dengan media bermain yang disisipi info Product Knowledge di setiap sesinya membuat Agent tidak merasa penat dengan informasi produk baru. Agar dapat menyamakan persepsi penanganan pada produk baru maka dilakukan kalibrasi. Kemudian Team Leader mendengarkan rekaman hasil kalibrasi yang dilakukan oleh Quality Assurance. Perbaikan untuk Agent Senior yakni menggunakan Digital Coach yang dilakukan oleh Team Leader dengan cara memberi soal menggunakan aplikasi online. Dengan begitu Agent Senior dapat mengaksesnya dengan mudah melalui smartphone.

Apa yang dibayangkan pasti dapat diraih, dan apa yang diusahakan pasti dapat tersampaikan, seperti hasil pencapaian dari tahapan program "Shoot" yang dilakukan. Dengan target 90% pada informasi update semua pencapaian telah terlampaui. Begitu juga dengan akurasi informasi non fatal error yang ditargetkan 97%, pada 2019 semua dapat mencapai di atas target. Kemudian pencapaian Service Quality dengan target 88%, pada 2019 semua sudah dapat tercapai di atas target.

Seorang Juru Potret profesional menghasilkan foto indah. Begitu juga dengan program yang berhasil dilaksanakan di Halo BCA yang lahir dari buah pikiran seorang Supervisor yang profesional pula. Wahyu sebagai seorang Supervisor terus mengembangkan dirinya agar bisa terus berkontribusi maksimal. Ia mengikuti pengembangan diri Pengamanan Industri 4.0 agar dapat ia terapkan di operasional. Tidak hanya itu, ia juga mengikuti pengembangan Leader as a Coach serta mengikuti pembekalan Leader yang diadakan oleh perusahaan.

Dari pengembangan diri yang dilakukan tentunya dapat mendorong Wahyu untuk mencapai target yang ditetapkan

perusahaan. Pencapaian yang pertama adalah Service Quality yang sebelumnya 80% kini pencapaian tersebut sudah bisa mencapai target. Pencapaian kedua adalah Service Level dengan target 95%, di tahun 2019 ini sudah bisa mencapai target secara konsisten. Pencapaian ketiga adalah Turn Over, Dengan target kurang dari 3% Agent setiap bulannya, pencapaian di 2019 semua sudah di atas target. Bahkan sekitar 2 bulan Agent tidak ada yang mengundurkan diri. Pencapaian terakhir adalah akurasi informasi non fatal error, yang ditargetkan 97%, di tahun 2019 lagi-lagi sudah melampaui target yang ada.

Dengan pencapaian yang ada, Wahyu pun terus memotivasi dirinya untuk dapat memberikan pelayanan yang baik di Halo BCA. Hal yang akan dilakukan selanjutnya adalah membuat aplikasi berbasis email e-token. Dikhususkan bagi nasabah BCA yang memiliki kendala untuk melakukan pembelian pulsa listrik dan tidak mendapatkan nomor tokennya. Kemudian terus melakukan Online Quiz dengan memanfaatkan aplikasi Survey Monkey untuk memastikan apakah Agent sudah memahami proses briefing yang sebelumnya dilakukan. Sebagai Supervisor Wahyu pun akan menyiapkan Agentnya dengan memberikan pemahaman layanan Whatsapp dan memberikan informasi yang luas mengenai media sosial. Dengan demikian pada saat Agent diminta untuk mutase oleh perusahaan mereka sudah siap dan memberikan kontribusi yang terbaik.

"Janganlah berhenti ketika lelah, tetapi berhentilah ketika sudah selesai", merupakan kalimat yang memotivasi Wahyu untuk terus mengembangkan contact center Halo BCA. Sama seperti saat dirinya terpilih menjadi pemenang Gold pada kategori The Best Supervisor pada ajang The Best Contact Center Indonesia 2019. Mewakili perusahaan dan mempersembahkan sebuah penghargaan juga merupakan salah satu motivasinya untuk tetap menjadi Supervisor yang terus maju untuk perusahaan. ✆

Kreativitas PAS (Paham Andal Siap)

Willy Natasya Ichwan
Pemenang Gold The Best Team Leader Customer Service
Kontak OJK 157, Otoritas Jasa Keuangan

Sebuah quote dari Mahatma Gandhi yang selalu menginspirasi dan diimplementasikan ke dalam hidup seorang Willy Natasya Ichwan. Pria kelahiran Surabaya, 29 Juli 1988 ini menamatkan pendidikan S1 nya di Fakultas Hukum Universitas Airlangga. Kemudian bergabung dengan Otoritas Jasa Keuangan sejak 2014, dan dipercaya menjadi seorang Team Leader Kontak OJK 157 pada tahun 2018.

"Life as if you were to die tomorrow, learn as if you were to live forever", sebuah quotes dari Mahatma Gandhi

Sebagai Team Leader, Willy harus mampu memaksimalkan kompetensi dari para Customer Services yang ada di timnya. Kemudian ia juga membantu operasional layanan Customer Services yang merupakan tugas dan tanggung jawabnya. Kualitas pelayanan yang Customer Services berikan mencerminkan kualitas Willy selaku Team Leader Customer Services.

Sebagaimana tujuan dibentuknya OJK untuk memberikan pelayanan kepada konsumen, OJK juga menangani pengaduankonsumen. Dari tujuan tersebut, Willy harus

menangani keluhankonsumen, kemudian menampung saran dari mereka dan meneruskan saran-tersebut kepada PMCK agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan pada konsumen.

Untuk memberikan pelayanan yang terbaik, Willy wajib memiliki kompetensi yang dapat menunjang kinerjanya. Kompetensi tersebut antara lain, mampu mengembangkan kemampuan tim, membuat keputusan yang tepat dan tegas, serta mampu membangun hubungan. Sebagai seorang leader, dalam membangun hubungan yang dimaksud bukan hanya membangun hubungan dengan konsumen saja, tetapi juga dengan satuan kerja terkait.

OJK sebagai salah satu lembaga pemerintah, diberikan kewenangan untuk melakukan perlindungan konsumen dan juga masyarakat. Bagus atau tidaknya OJK ditentukan dari cara OJK mampu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Dari hal tersebutlah Willy menekankan bahwa budaya pelayanan yang berkualitas akan diterapkan kepada timnya.

Dengan ketekunan dan kemampuan yang dimiliki sebagai seorang Team Leader, Willy diberikan kesempatan untuk mengikuti ajang The Best Contact Center Indonesia pada tahun 2019. Di ajang tersebut, Willy mengikuti lomba Individual dengan kategori The Best Team Leader Customer Services dan memenangkan medali Gold. Dengan mengangkat tema "Budaya Pelayanan Berkualitas", ia menginginkan pelayanan terhadap konsumen tidak hanya sekedar rutinitas namun menghasilkan pelayanan yang berkualitas.

Pengalaman di dunia contact center, membawa Willy menghadapi beberapa permasalahan yang harus diselesaikan. Yakni ia dihadapkan pada suatu keadaan seperti latar belakang tim Customer Services yang beragam, pelayanan Customer Services yang belum seragam, serta banyaknya antrean layanan. Hal tersebut membuat Willy harus menentukan sasaran baru yang dapat menjadikan kinerja pelayanan timnya lebih efektif.

Sasaran tersebut berupa seluruh timnya harus paham industri jasa keuangan, memiliki konsistensi dalam pelayanan dan terbiasa dalam penanganan yang cepat dan tepat.

Agar tercapainya budaya pelayanan yang berkualitas maka Willy melakukan 3 kreativitas, yaitu Paham, Andal dan Siap yang disingkat menjadi PAS. Pada kreativitas Paham, Willy memiliki program yang bernama Hunger Games dengan aturan setiap Customer Services akan diberikan waktu selama 30 menit setiap harinya untuk mencari informasi terkait industri jasa keuangan. Informasi tersebut dapat dicari melalui Supervisor, tim penanganan pengaduan atau Back Office. Selanjutnya informasi yang sudah dikumpulkan nantinya akan diuji melalui program kedua yaitu Kuis. Program kuis ini nantinya para Customer Services akan berlomba-lomba untuk menjawab pertanyaan dengan cepat dan tepat. Kemudian para Customer Services juga harus mengumpulkan poin yang nantinya akan diakumulasikan untuk dimasukkan ke dalam program selanjutnya.

Yang kedua adalah kreativitas Andal yang mana salah satu programnya disingkat sebagai FLY yaitu First Learning Year yang dilaksanakan selama satu tahun. Pada bulan pertama hingga bulan kelima para Customer Services akan dibekali ilmu pengetahuan cara mendengarkan yang baik mereka akan mampu mengidentifikasi permasalahan pelanggan dengan baik dan juga memberikan pelayanan yang lebih baik. Kemudian pada bulan kedua sampai kelima mereka akan diberikan pembekalan pelayanan agar mereka mampu memberikan pelayanan yang baik pada konsumen.

Memasuki bulan keenam, biasanya para Customer Services mulai mengalami kejenuhan. Mereka akan dibekali program motivasi dan OJK akan menghadirkan narasumber-narasumber dari luar yang mampu meningkatkan motivasi para Customer Services, agar mereka memberikan pelayanan kembali dengan maksimal. Memasuki bulan kedelapan seluruh tim yang sudah mencapai di delapan bulan akan melakukan kegiatan Champion Sharing, yang mana mereka akan berbagi mengenai pengalaman dan memberikan inovasi-inovasi yang nantinya akan disampaikan kepada Manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan yang terakhir adalah pembangunan tim

atau team building di bulan ke dua belas. Program selanjutnya dari kreativitas Andal yang kedua adalah Fun Coaching, yakni membahas permasalahan apa yang sedang terjadi di OJK dan biasanya melakukan pembahasan dengan kegiatan diluar ruang kerja dengan mempersiapkan jawaban atas pertanyaan konsumen yang masih menjadi permasalahan.

Yang terakhir adalah melakukan kreativitas SIAP. Willy akan memberikan tugas dengan program Inisiatif duty officer yaitu menetapkan satu Customer Services untuk melakukan jemput bola. Caranya dengan menemui konsumen yang sedang mengantre, lalu diberikan kepada Customer Services yang bertugas. Agar Customer Services dapat memberikan layanan dengan cepat. Program kedua dari kreativitas SIAP adalah meningkatkan engagement team dengan mengumpulkan poin yang berhubungan dengan kreativitas Paham. Yang nantinya setiap Customer Services yang memiliki koin terendah maka harus membawa makanan yang banyak untuk dibagikan kepada tim pada saat melakukan perbincangan bersama tim.

Dengan kreativitas PAS yang dilakukan oleh Willy sebagai Team Leader Customer Services, hasil yang diperoleh adalah nilai Quality Services yang diberikan oleh timnya mengalami peningkatan yang tadinya hanya 82% kini mencapai 90%. Waktu Handling Time tim yang mengalami penurunan waktu yang tadinya 34 menit kini menjadi 26 menit dan pencapaian Engagement Team Survey naik secara signifikan yang tadinya 78% menjadi 91%.

Dalam memberikan pelayanan yang terbaik, tentunya Willy terus melakukan pengembangan diri yang ia bagi menjadi Attitude, Skill dan Knowledge. Dengan pengembangan diri yang dilakukan Willy tidak berpuas diri, ia terus melakukan Benchmark dengan contact center instansi pemerintah lainnya. Kemudian ia juga diberikan kesempatan untuk melakukan Benchmark di Australia untuk melihat mengenai regulator di sana dan cara mereka melakukan pelayanan kepada konsumen juga masyarakat.

Tentunya OJK sebagai lembaga yang melayani masyarakat terus mengutamakan pelayanan yang berkualitas. Hal tersebut terbukti dari pencapaian nilai KPI tahun 2019 semester 1

dengan perolehan nilai Quality mencapai 95%, Non fatal error yang mencapai 100% yang berarti tidak adanya pelayanan yang eror, Attendance yang mencapai 100% juga produktivitas tim yang selalu meningkat mencapai 137.

Dengan hasil pencapaian yang tinggi, Willy masih memiliki motivasi yang ia bagi ke dalam 3 bagian yakni untuk Tim, Konsumen dan OJK. Untuk timnya, ia berharap bahwa para Customer Services mampu melakukan edukasi dan layanan konsumen melalui web portal terintegrasu. Selanjutnya untuk OJK, Willy mengharapkan layanan OJK yang terus terintegrasi dan yang terakhir adalah untuk konsumen yang diharapkan mendapatkan peningkatan pelayanan konsumen di daerah terpencil. ✆

Penulis

Widiyati Handayani, lahir di Sragen, 03 Desember 1996. Dengan Pendidikan terakhir S1 Manajemen di Universitas Jayabaya pada tahun 2019. Memiliki hobi menulis, kini aktivitas sehari-harinya adalah sebagai offi cer customer experience di Telexindo Bizmart. Ia aktif menulis artikel berbagai kegiatan Indonesia Contact Center Association di website ICCA.

Selain menulis, Widiyati Handayani saat ini dipercaya mengelola berbagai event yang dilaksanakan ICCA. Kesempatan bertugas pada pelaksanaan The Best Contact Center Indonesia 2019, baik untuk lomba individual, korporat maupun teamwork, Widiyati banyak belajar dari pengalaman peserta lomba. Dengan mempelajari materi presentasi dan video peserta dalam lomba, Widiyati dapat menulis mengenai cerita mengenai peserta lomba.

www.telexindo.com