



# CERITA PEMENANG PLATINUM

THE BEST CONTACT CENTER INDONESIA 2022



# **CERITA PEMENANG PLATINUM**

**THE BEST CONTACT CENTER INDONESIA 2022**

**Annisa Nur Fauzi  
Evrída Usmeila  
Renny Rochimawati Busyaeri  
Hanny Alievadena**



## Cerita Pemenang Platinum

Perpustakaan Nasional : Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Cerita Pemenang Platinum  
The Best Contact Center Indonesia 2022

Penulis :

Annisa Nur Fauzi  
Evrida Usmeila  
Renny Rochimawati Busyaeri  
Hanny Alievadena

Editor :

Annisa Nur Fauzi

Desain Sampul & Setter :

Putri Nuralifa

Diterbitkan oleh

PT Telexindo Bizmart

Jl. Asem Baris Raya No. 8B, Kebon Baru, Tebet Jakarta Selatan  
12830

Telepon : +62-21-8379-5599  
Instagram : @telexindobizmart  
Facebook : facebook.com/telexindo  
Website : www.telexindo.com

Cetakan Pertama : 2022

Hak Cipta Telexindo Bizmart

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi  
buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

© 2022, PT TELEXINDO BIZMART

# KATA PENGANTAR

Seluruh proses dan tahapan lomba The Best Contact Center Indonesia telah dilalui. Perjuangan dan air mata telah melahirkan para insan berprestasi melalui sebuah karya. Penulis ingin memberikan apresiasi yang tulus kepada para pemenang yang telah menunjukkan kinerja luar biasa dalam ajang ini.

Seluruh pengalaman berharga dan pengetahuan mengenai pelayanan contact center tertuang dalam buku ini. Pengalaman dan pengetahuan tersebut mencakup bagaimana mengatasi masalah pelanggan dengan beragam kreativitas, meningkatkan produktivitas, serta membina hubungan yang baik dengan pelanggan.

Jauh dari kata sempurna, penulis sadar bahwa buku ini memiliki kekurangan dan masih banyak ruang untuk perbaikan. Namun, penulis berharap kekurangan tersebut tidak menghalangi para pembaca untuk menikmati cerita-cerita dalam buku ini dan menemukan inspirasi di dalamnya.

Penulis juga ingin berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dalam membantu menyelesaikan buku ini. Semoga karya ini dapat memberikan inspirasi dan ide-ide brilian bagi para pembaca untuk mengembangkan kinerja contact center mereka.

Jakarta, 17 Maret 2023  
Annisa Nur Fauzi

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar . . . . .	vii
Si Nahkoda Kapal yang Bisa Menjinakkan Badai . . . . .	2
Menumbuhkan Bibit-Bibit Pemimpin Call Center melalui Fisika . . . . .	9
Kerjasama yang Menyeluruh Antara Trainer dan Trainee Melalui <i>Total Football</i> . . . . .	15
Sang Garuda Pejuang Saluran Informasi Digital . . . . .	21
Melayani dengan Sepenuh Hati Menggunakan “Perhiasan” . . . . .	26
Cepat dan Tepat Atasi Keluhan Nasabah dengan <i>Traffic Light Intervention</i> . . . . .	31
Strategi Menang The Best Contact Center Indonesia dari Aksi Para Bintang MotoGP . . . . .	37
Bermusik dalam Keluhan Ala Raema . . . . .	42
Unjuk Gigi Pelayanan Terbaik pada <i>Runway Visitor Center</i> . . . . .	48
Misi Petualangan Customer Service, “ <i>Diego to the Rescue</i> ” . . . . .	54
Improvisasi Pelayanan dengan <i>Queen Service</i> . . . . .	60
Mengubah <i>Rate</i> Negatif Menjadi Positif dengan <i>Digital Infinity Pathways</i> . . . . .	66
Melayani dengan Sentuhan Hati dan Gerakan Jari Jemari Melalui Sebuah Tulisan . . . . .	73
Pelayanan Optimal dari Sang Patriot Pelayanan . . . . .	79
Target Tim Tercapai Maksimal dengan Program Kerja CHESS . . . . .	84
Penuhi Kebutuhan Pelanggan adengan KEPO ( <i>Knowing, Explaining, Patience, dan Organizing</i> ) . . . . .	90
Menopang Pemasaran Produk Menggunakan <i>High Heels</i> . . . . .	95
Bukan Guru ataupun Atasan, Dwi Menjadi Penyeimbang Tim Layanan Contact Center di Perusahaannya . . . . .	102
Membimbing dan Mendampingi Tim Mencapai Puncak Prestasi melalui, “ <i>Reaching Up Our Everest</i> ” . . . . .	108

## Cerita Pemenang Platinum

Menurunkan Tingkat Kesalahan Agent dengan <i>Official Secondment dan The Smart Script</i> . . . . .	114
Pemanah Andal dari PLN yang Membidik Target dengan Tepat . . . . .	120
Menghidangkan Layanan Bergaransi Sekaligus <i>Sweety</i> Layaknya Kembang Gula . . . . .	126
Meningkatkan Kualitas Layanan dengan Strategi " <i>Think PINK</i> " . . . . .	132
Senjata Pamungkas Sang Pendekar Samurai dalam Menangani Problematik dan Keluhan Pelanggan . . . . .	138
<i>Tax Enthusiast</i> yang Berhasil Menyukkseskan Program Perusahaan Melalui Media Sosial . . . . .	142
Mengatasi Lonjakan Incoming dengan Program INSPEKSEA . . . . .	147
Polisi Wanita a.k.a Polisi Layanan Contact Center 121 KAI . . . . .	154
Teknologi Digital " <i>The Game Changer</i> ," Mengubah Metode Layanan Informasi Publik Menjadi Lebih Baik. . . . .	160
Mencapai Target Tim dengan Strategi IN-VISIBLE <i>In- Vision Table</i> ) . . . . .	165
Seorang <i>Spider Hero</i> di Halo BCA dengan <i>First 10's of Service</i> . . . . .	171
Menghadapi Problematika Pelayanan dengan Cara INSTAN. . . . .	178
Super Agent yang Berhasil Menjadi Guardians of Customer. . . . .	184
<i>Being a Flashlight</i> Sebagai Petualang dalam Pelayanan Premium. . . . .	189
Keluhan dan Permasalahan Pelanggan Tuntas dalam 30 Menit dengan <i>Total Service</i> . . . . .	195
Gaya Hidup SEMUT, Sebuah Inspirasi dalam Membangun Kerjasama Tim . . . . .	201
Ilmu Matematika, Sebuah Formula yang Tepat untuk Mengatasi Permasalahan Pelanggan . . . . .	207
Aksi Hero Sang <i>Wonder English Agent</i> , Menemukan Anak Nasabah yang Hilang Hanya Bermodalkan Kartu Debit . . . . .	212
Menjaga Kepuasan Para Pelanggan dengan <i>Superpower</i> . . . . .	217

## Cerita Pemenang Platinum

Berhasil Mengusut Permasalahan Nasabah Selama 2 Hari Kerja Sebagai Paranormal <i>Investigator</i> . . . . .	222
Seorang Pelari Tercepat Yang Mampu Mencapai Sebuah Target . . . . .	227
Anindyo, Abinaya, dan Abyasa: Cara Sederhana Meningkatkan Pencapaian Kinerja Agent . . . . .	233
Memiliki Cara Berpikir Kreatif dan Out of the Box, Dapat Menciptakan Sebuah Aplikasi Specta . . . . .	240
Menjadi <i>Digital Trooper</i> yang Mampu Mengatasi Permasalahan Pelanggan dengan Fast Respon . . . . .	247
Film Avengers End Game, Sebuah Awal Sekaligus Inspirasi dalam Menjaga <i>Happiness of Customer dan Agent</i> . . . . .	254
Efisiensi Pengelolaan Data Lintas <i>Site</i> dengan Program Kerja Samantha . . . . .	260
Serba <i>Excellence</i> , Kreativitas Diyah Nggak Kaleng-Kaleng! . . . .	266
Solusi Atas Kegelisahan dan Pencapaian Kualitas Seorang Quality Assurance . . . . .	272
Melayani Pelanggan dengan Sepenuh Hati Melalui GIGANTIC LOVE. . . . .	278
Menguasai dan Menyampaikan 16.000+ Regulasi Pajak dalam Bahasa Inggris dengan MARS . . . . .	285
Menuntaskan Kasus Penipuan Melalui Kreativitas DIGITAL . . . .	290
Dengan <i>Recover Together, Recover Stronger</i> Dapat Meningkatkan Kinerja Tim. . . . .	295

# PENDAHULUAN

Setelah melaksanakan kegiatan yang sama tahun lalu dalam kondisi pandemik Covid-19, maka kami lebih siap menghadapi tantangan tahun ini. Syukur Alhamdulillah, Kebiasaan kita dalam menggunakan video conference dan aplikasi digital memudahkan pelaksanaan berbagai kegiatan lomba. Dinamika digitalisasi, kemampuan analisis yang berkembang dalam operasional contact center. Kita juga tetap harus membangun engagement dengan pelanggan dan karyawan.

The Best Contact Center Indonesia 2022 disusun dengan lebih baik dalam berbagai kemasan virtual online. Pembenahan dilakukan dari berbagai aspek, termasuk aplikasi lomba yang lebih baik. Akhirnya dengan sosialisasi yang baik mampu melebihi peserta tahun sebelumnya, dengan 50 perusahaan bergabung. Terdaftar 491 peserta individual mengikuti 52 kategori lomba individual.

Berbagai kegiatan dilakukan, pembekalan peserta sampai dengan kegiatan lomba. Kegiatan pembekalan individual secara virtual diikuti oleh semua peserta. Panitia juga harus memverifikasi video yang masuk. Kegiatan interview dilaksanakan dalam 6 hari dengan zoom meeting dan melibatkan lebih dari 150 juri.

Lomba yang dilaksanakan secara virtual memang tidak mudah, akan tetapi peserta mampu melewati berbagai tantangannya dan menyelesaikan tugas dengan baik. Kemampuan dalam menyelesaikan berbagai kasus contact center serta melakukan presentasi melalui video serta mengikut wawancara online. Semua itu menantang, dan memacu mereka untuk latihan, latihan dan latihan. Reli panjang lomba dalam berbagai kemasan lomba, tentunya menuntut panitia untuk bekerja extra. Tuntutan peserta untuk sempurna pada setiap



## Cerita Pemenang Platinum

tahapan lomba tentu menjadi beban yang tidak ringan. Yang sangat penting, kami menjadikan momentum ini untuk belajar dan berlatih.

Lomba The Best Contact Center Indonesia telah menjadi kegiatan yang dinantikan praktisi contact center. Kegiatan yang membuat sibuk untuk menyiapkan diri dalam berbagai keahlian untuk tampil dalam presentasi dan menyelesaikan kasus-kasus contact center. Sekaligus mengasah kepedulian untuk saling menghormati, menjalin persahabatan dengan sesama praktisi contact center. Lomba ini telah melahirkan insan-insan yang mau belajar.

Tahun 2022 kita menyaksikan berbagai inovasi yang dilakukan praktisi contact center Indonesia. Masa pandemik telah memaksa transformasi digital pada contact center Indonesia. Dalam buku ini kita bisa menyaksikan berbagai hal yang kreatif dari praktisi contact center. Berbagai kreativitas yang dilakukan telah mendapatkan apresiasi dari berbagai kalangan. Metode lomba online yang didukung oleh aplikasi penilaian yang mudah digunakan serta berbagai hal menarik yang menjadi contoh yang layak ditiru.

Berharap bahwa kegiatan The Best Contact Center Indonesia akan menjadi kesempatan bagi berbagai praktisi contact center untuk berbagi pengalaman, sekaligus memberikan penghargaan kepada yang berprestasi. Berharap kegiatan ini bermanfaat untuk mengembangkan kemampuan kita dalam menghadapi berbagai tantangan pelayanan contact center. Tuntutan pelanggan atau masyarakat yang semakin tinggi, menyebabkan kita untuk terus berinovasi. Selain itu contact center juga harus bisa menunjukkan mampu berkontribusi sebagai garda depan pelayanan dan garda depan untuk memberikan kontribusi bagi bisnis perusahaan.

Kegiatan The Best Contact Center Indonesia merupakan kolaborasi berbagai pihak yang saling melengkapi. Untuk sebagai pengurus

## Cerita Pemenang Platinum

ICCA, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam bentuk finansial maupun tenaga dan pikiran, sehingga kegiatan ini bisa terlaksana dengan baik. Kepada semua juri yang terlibat, terima kasih telah memilih pemenang yang terbaik, sehingga kita bisa melihat hasil pilihan juri dalam buku ini.

Secara khusus saya selaku pengurus ICCA mengucapkan terima kasih atas dukungan rekan-rekan Telexindo Bizmart. Sebuah kolaborasi yang menantang dan bisa merampungkan buku pemenang tahun 2022. Semangat, kerjasama dan dedikasi dalam menghadapi berbagai tantangan telah menjadi motivasi untuk menuliskan kreativitas pemenang dengan sebaik-baiknya.

Melalui buku ini, kita akan mendapatkan berbagai kreativitas pemenang. Yang menang dan tercantum namanya, bisa menjadi role model dan semangat untuk lebih baik lagi. Yang belum tercantum namanya, berharap menjadikan buku ini adalah sarana untuk belajar. Semua peserta lomba The Best Contact Center Indonesia adalah pemenang, yang berhasil mengalahkan ego diri, keterbatasan untuk tetap tampil dengan kreativitasnya.

Akhir kata, selamat menikmati tulisan dari tim kreatif Telexindo Bizmart dalam buku ini, semoga kita memetik manfaat dari cerita pemenang. Tetaplah kreatif untuk beradaptasi dalam berbagai kondisi. Mari melayani pelanggan dengan kemampuan yang lebih baik.

# **CERITA PEMENANG PLATINUM**

**THE BEST CONTACT CENTER INDONESIA 2022**

**Annisa Nur Fauzi  
Evrida Usmeila  
Renny Rochimawati Busyaeri  
Hanny Alievadena**





## Vrisca Riama Sirait

The Best Manager  
PT PLN (Persero)



### Si Nahkoda Kapal yang Bisa Menjinakkan Badai

Lahir pada 15 Juni 1989 di Padang, wanita berdarah Batak Lini berhasil menjadi juara pada ajang The Best Contact Center Indonesia 2022. Terbiasa dengan semangat gotong royong masyarakat Minang, serta suku Batak yang terkenal dengan ketegasan dan semangat pantang menyerahnya, sukses mengantarkan Vrisca menjadi seorang Manager di PLN 123 Site Medan.

*“Seorang pemimpin yang andal terlahir dari konflik yang tak kunjung usai, bukan yang bangga menahkodai kapal namun tak bisa jinakkan badai.”* Itulah kalimat yang menjadi anutan bagi Vrisca untuk turut terjun ke operasional contact center, serta melangkah bersama insan PLN 123 dengan mewujudkan satu tujuan.

Sebagai seorang *decision maker*, Vrisca memiliki tiga tugas pokok yang harus ia jalani setiap harinya, di antaranya *planning*, *delegation*, dan *evaluation*. Untuk mencapai target perusahaan, *planning* diperlukan dalam melakukan perencanaan yang matang. Walaupun ia ikut terjun ke operasional contact center, Vrisca tidak

## Cerita Pemenang Platinum

melaksanakan tugasnya sendirian. Dalam hal ini, ia juga mendelegasikan tugas kepada para anggota yang Vrisca pimpin sesuai dengan minat, keahlian, serta kemampuan yang dimiliki. Selain itu, Vrisca melakukan evaluasi yang mana hal tersebut penting dilakukan olehnya sebagai seorang Manager, guna membangun mental positif dari tim yang ia pimpin.

Saat ini, kegiatan membaca sudah jarang terdengar bahkan sering terlupakan oleh beberapa orang. Namun baginya, membaca dapat membantu Vrisca dalam menjalankan tugasnya sehari-hari sebagai seorang Manager. Membaca sebuah peluang atau kesempatan, membaca karakter orang lain, serta membaca situasi dalam mengambil sebuah keputusan, merupakan tiga hal yang ia lakukan guna memudahkan pekerjaannya.

Untuk meningkatkan penjualan dan revenue bagi PLN, Vrisca pun membuat program yang ia namakan, “3 Good Program.” Program yang pertama, yakni *Product Knowledge*. Vrisca memastikan seluruh insan PLN 123 memiliki *product knowledge* yang mumpuni supaya promo yang diluncurkan oleh PLN dapat diterima serta dimanfaatkan oleh seluruh masyarakat Indonesia. Lalu, ia juga menekankan pelayanan yang *good service* dari sisi manusia. Hal ini dilakukan karena PLN berkomitmen memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pelanggannya. Selain itu, demi tercapainya *good performance* dari SLA yang telah ditetapkan, Vrisca juga melakukan pengukuran serta penetapan target kinerja bagi seluruh insan PLN 123.

Pada 2021, kondisi kelistrikan di wilayah Sumatera Utara terjadi peningkatan dari sisi jumlah pelanggan. Namun, untuk jumlah daya tersambung dan jumlah penjualan listrik tidak terjadi peningkatan.

## Cerita Pemenang Platinum

Mengatasi hal tersebut, Vrisca akhirnya menggunakan 3 Good Program sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah penjualan listrik khususnya di wilayah Sumatera Utara.

Beberapa tahun terakhir, PLN mengadakan survei yang menunjukkan bahwa terjadi penurunan kepuasan pelanggan. Pada tahun 2020, terlihat hasil survei yang dilakukan sebesar 89,87%, sedangkan untuk tahun 2021 berada di angka 88,98%. Terjadi penurunan sekitar 0,89% dari survei kepuasan pelanggan yang dilakukan di wilayah Sumatera Utara tersebut. Hal tersebut membuat Vrisca harus mengambil langkah cepat untuk kembali memperbaiki kualitas layanan contact center PLN 123.

Vrisca telah menetapkan target performance seluruh insan contact center PLN 123 di tahun 2022 yang perlu dicapai, yakni di angka 92%. Terlihat bahwa pencapaian target yang dicapai oleh masing-masing divisi secara keseluruhan sudah cukup baik, namun ada penurunan pada periode Januari sampai Juni 2021 yang perlu dijadikan perhatian lebih olehnya.

Akselerasi Program for a Good Knowledge, merupakan sebuah program yang Vrisca ciptakan guna memastikan peluncuran promo-promo baru yang dibuat oleh PLN dapat berjalan dengan baik. Pada program ini, Vrisca mensosialisasikan segala informasi terbaru terkait produk-produk PLN saat itu juga dengan cara mempublikasikannya ke seluruh platform, seperti 123, *product knowledge* Simone, serta Whatsapp Group keluarga besar Contact Center PLN 123 Site Medan.

Sehari setelah ia mempublikasikannya, Vrisca akan membentuk forum *group discussion* guna menyamaratakan persepsi terhadap informasi baru tersebut. Selanjutnya, produk akan divalidasi

## Cerita Pemenang Platinum

dengan cara *interview product* dan *test call*. Tiga hari setelah informasi tersebut dipublikasikan kepada seluruh insan PLN 123, maka bisa lanjut dieksekusi dengan menyampaikan promo melalui konten menarik di setiap transaksi yang berlangsung.

Dalam menjalankan 4DX Program for a Good Service, Vrisca menekankan empat sikap disiplin, yang mana akan membawa keberhasilan dalam proses eksekusi strategi. Keempat sikap yang dimaksud, yaitu *Wildly Important Goal (WIG)*, *Lead Measure (LM)*, *Scoreboard*, dan *Accountability*. Salah satu indikator yang dapat digunakan dalam mengukur kualitas layanan sebuah contact center, yakni Service Level. Untuk itu, *Wildly Important Goal (WIG)* memiliki target untuk meningkatkan pencapaian Service Level menjadi 85.00% dalam waktu 20 detik.

Untuk mengarahkan pencapaian target utama yang telah ditentukan, Vrisca akan menentukan *Lead Measure (LM)* yang tepat. LM yang dipilih, yaitu mencapai Customer Attribute dan *First Rate Resolution* di angka 93.00% serta menargetkan kehadiran agent CSO di angka 100%. *Customer Attribute*, AHT, serta kehadiran yang ditetapkan secara mingguan, juga dapat ditampilkan pada sebuah Scoreboard. Data-data yang dipaparkan pada Scoreboard ini pun dapat memotivasi para insan PLN 123 sekaligus memantau pencapaian ketiga indikator tersebut. Selain itu, Vrisca juga menciptakan irama yang akuntabilitas, yakni dengan mengadakan pertemuan rutin setiap minggunya dan dilakukan selama 20-30 menit.

Untuk menurunkan jumlah *turnover* di tempat ia bekerja, Vrisca pun melaksanakan *Development Program for a Good Productivity*. Program ini dimulai dengan melakukan *effective coaching* yang bertujuan untuk melatih agent supaya mampu menghasilkan



## Cerita Pemenang Platinum

*performance* yang lebih baik dengan menjadi manusia pembelajar. Jika ada salah satu agent yang performancinya kurang memuaskan, maka Vrisca akan memberikan *challenge* untuk agent tersebut. Bukan *punishment* lagi yang ia jadikan solusi untuk hal ini, Vrisca pun menantang mereka untuk menentukan target serta komitmen pribadi. Selain itu, Vrisca juga akan memberikan motivasi dalam melawan kejenuhan dari rutinitas pekerjaan para agent sehari-hari.

Ada lagi hal yang tak kalah penting, yaitu apresiasi. Apresiasi diberikan oleh Vrisca supaya para agent merasa lebih dihargai oleh tempat kerja maupun atasannya. Program tersebut terbukti ampuh karena hampir 75% tenaga kerja di PLN 123 Site Medan memiliki masa kerja lebih dari 5 tahun. Selain itu, berkat adanya program ini, 30% dari biaya rekrutmen pun bisa dialihkan untuk kegiatan bermanfaat lainnya, terutama kegiatan yang berfokus untuk meningkatkan *knowledge*, *skill*, dan *attitude* para insan contact center PLN 123.

Pada akhirnya, ketiga program yang telah dilaksanakan Vrisca tersebut membuahkan hasil yang luar biasa. Dengan berbagai promo menarik yang didukung oleh *product knowledge* agent yang mumpuni, penjualan tenaga listrik untuk wilayah Sumatera Utama mengalami peningkatan. Rata-rata setiap bulannya pada tahun 2021 berada di angka 1,04 Triliun, sementara pada semester 1 di tahun 2022, terjadi peningkatan hingga mencapai 1,063 Triliun.

Selain itu, berkat program 4DX for a Good Service, pencapaian Service Level dan CSI para agent PLN 123 Site Medan juga meningkat bahkan melebihi target. Program development yang berjalan dengan baik juga telah menghasilkan penurunan pada rata-rata *turnover* yang terjadi, yakni di angka 0,42%. Hal ini juga

## Cerita Pemenang Platinum

telah menciptakan lingkungan kerja yang nyaman serta kompetitif.

Sebagai seorang manajer, Vrisca pun tak lupa untuk mengembangkan serta meningkatkan kompetensi dirinya dengan melakukan berbagai kegiatan yang bermanfaat. Dengan penyusunan yang baik maka hasilnya pun akan baik juga, untuk itu Vrisca mengikuti pelatihan e-learning 4DX. Kegiatan tersebut dapat membantu Vrisca dalam menyusun strategi dan juga menentukan langkah penting untuk mencapai target perusahaan. Lalu, untuk modal utama dalam menggali kebutuhan timnya, ia juga mengikuti *Effective Coaching Program for Manager* yang diadakan oleh PLN. Program tersebut dirancang khusus untuk para manager guna meningkatkan performance tim serta menciptakan keterbukaan antar tim.

Vrisca juga melakukan sharing atau diskusi internal, yang biasa disebut *Code of Conduct*. Dalam kegiatan tersebut, Vrisca secara rutin melakukan diskusi antar tim sebelum dan sesudah bekerja. Hal ini memiliki tujuan supaya ia lebih dekat dengan anggota timnya serta agar Vrisca tahu lebih detail terkait apa yang sedang terjadi di operasional contact center PLN 123.

Dari seluruh program yang telah dijalankan, KPI yang dicapai oleh Vrisca pun mendapatkan hasil yang sangat baik. Pada semester pertama di tahun 2022, pencapaian Service Level Vrisca mencapai 90,19% dari target yang ditetapkan, yakni 80%. Selain itu, First Rate Resolution dengan target 90,88% berhasil ia raih di angka 93,23%. Lalu, Customer Attributes mencapai 93,17%, dan yang terakhir Customer Satisfaction berada di angka 90,24%.

Tidak hanya sampai situ saja, walaupun berhasil meraih Platinum The Best Manager pada TBCCI 2022, Vrisca pun memiliki motivasi

## Cerita Pemenang Platinum

untuk pengembangan dirinya, seperti *Decision Support Systems*.

Hal tersebut dapat mendukung aktivitasnya sebagai seorang manajer dalam mengambil keputusan. Lalu, keinginan untuk memimpin tim dengan baik melalui Leadership Development Program. Selain itu, kegiatan *Benchmarking* juga sangat penting dalam upaya menambah wawasan, pengalaman, serta menyambung silaturahmi karena mengingat kini contact center dipilih sebagai garda terdepan dalam membangun citra baik perusahaan.

*Ahmad Fauzan*

The Best Team Leader Inbound  
Bank Syariah Indonesia



## Menumbuhkan Bibit-Bibit Pemimpin Call Center melalui Fisika

Ahmad Fauzan memulai kariernya di dunia Contact Center sejak tahun 2014 sebagai Agent Call Center kartu kredit Bank BNI dan BNI Syariah. Di tahun 2021, pria yang lahir di Majalengka ini telah diamanahkan untuk menjadi Team Leader Inbound Kartu Pembiayaan Hasanah Bank Syariah Indonesia. Ia berhasil menyelesaikan pendidikan Sarjana Fisika di UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta. Sebagai seorang sarjana fisika, ia memiliki kemampuan yang sangat dibutuhkan pada kariernya saat ini, yaitu memecahkan setiap permasalahan dengan analisis yang matang.

Pada konsep fisika tentang tekanan, gaya, dan energi, diketahui bahwa semakin tinggi gaya dan tekanan yang diberikan, maka semakin besar energi yang dihasilkan. Bagi Fauzan, hal tersebut serupa dengan dunia contact center yang identik dengan tekanan tinggi karena tuntutan agar para nasabah mendapatkan pelayanan terbaik. Lalu, tekanan tersebut dapat ditransformasikan menjadi suatu energi untuk terus bergerak maju. Selain itu, selama

## Cerita Pemenang Platinum

menjalani karier di dunia contact center, ia telah berhasil meraih beberapa prestasi salah satunya, yaitu juara pertama The Best Team Leader pada ajang Ultimate Service Award BSI 2022.

Sebagai Team Leader Inbound, ia memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab. Selama menjalankan tugas dan tanggung jawab, seorang leader pastinya menemukan berbagai kejutan serta tantangan yang membuatnya harus selalu siap. Oleh karena itu, penting baginya untuk memahami tugas dan tanggung jawab sebagai team leader yang ia analogikan dengan komponen dalam hukum 2 Newton, di antaranya *Acceleration (Analisor)*, *Force (Fasilitator)*, dan *Mass (Motivator)*. *Acceleration* dianalogikan sebagai percepatan performa kerja dan prestasi Agent Call Center. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan menjadi Analisor, dimana ia harus mampu menganalisis data pencapaian performa para agent, membuat laporan, dan menindaklanjuti dengan tepat. Komponen *Force*, ia analogikan dengan tugasnya sebagai *Fasilitator* yang mana ia harus cakap dalam pendampingan dan selalu siap membantu para agent untuk memecahkan masalah. Lalu, komponen *Mass* diumpamakan sebagai stress, kemalasan yang dapat menghambat kinerja para Agent. Untuk itu, Fauzan memiliki tugas sebagai *Motivator* untuk menyuntikan semangat kepada para agent.

Untuk dapat menjalankan tugas dan tanggung jawab dengan baik, Fauzan tentunya memiliki kompetensi yang mumpuni. Layaknya hukum 3 Newton, kompetensi yang ia miliki tersebut akan menghasilkan suatu reaksi atau hasil. Kompetensi mumpuni tersebut, yaitu *Analytical Skill*, *Administration Skill* dalam menyusun administrasi, dan *Reporting Skill* dalam membuat laporan yang dibutuhkan untuk menjalankan perannya sebagai Analisor. Tidak hanya itu, *Coaching Skill*, yaitu kemampuan untuk pembinaan

dibutuhkan dalam menjalankan tugasnya selaku Fasilitator serta *Communication Skill* guna menjalankan tanggung jawabnya sebagai Motivator untuk para agent.

Fauzan melaksanakan program kerja yang ia sebut dengan *Energy (Enhancing And Empowering Agents Potency.)* Program kerja tersebut dilatarbelakangi oleh beberapa permasalahan yang berpotensi menjadi penghambat. Permasalahan tersebut, ia singkat seperti besaran hambatan listrik OHM, yang ia artikan dengan *On Hold Time Percentage*, *Average Handling Time*, dan *Quality Monitoring Score*. Penilaian pencapaian dari ketiga hal tersebut belum memenuhi target pada tahun 2021. Hal tersebut dibuktikan oleh data pada tahun 2021, dimana rata-rata *On Hold Time Percentage*, yaitu 32.02% dari target maksimal 30%. Lalu, *Average Handling Time* memiliki rata-rata pencapaian sebesar 280,28 detik dari target maksimal 270 detik. Sedangkan, *Quality Monitoring Score* memiliki rata-rata senilai 86,6% dari target yang ditentukan sebesar 90%. Oleh karena itu, ketiga permasalahan ini membuat Fauzan sebagai Team Leader Inbound melakukan inovasi untuk perbaikan dan meningkatkan kinerja para Agent.

Untuk mengatasi permasalahan yang dapat menghambat kemajuan para agent tersebut, ia memiliki beberapa kreativitas kerja. Tentunya, kreativitas kerja yang ia lakukan ini dianalogikan dengan komponen alat yang berhubungan dengan konsep fisika. Seperti, *Capacitor* sebagai komponen elektrik untuk menyimpan energi listrik, kreativitas pertama juga menjadi upaya untuk menyimpan *saving knowledge* para agent. Kreativitas pertama disebut dengan *Coaching Program For Cutting Back The Error*, yaitu melakukan pendampingan serta membuat modul instruksi mengenai SOP dan *product knowledge* untuk menurunkan *On Hold Time Percentage* yang disebabkan karena minimnya penguasaan

prosedur atau *product knowledge* para agent.

Kreativitas kedua, yaitu *Transferring Fun, Oriented, And Impactful Stories* yang ia singkat dengan Transformator. Pada kreativitas ini, Fauzan melakukan diskusi bersama di dalam forum dengan fun dan santai mengenai hal-hal penghambat para agent dalam memberikan pelayanan. Diskusi santai ini dapat berdampak kepada peningkatan dan kepercayaan diri para agent dalam mengatasi keluhan nasabah serta menurunkan ketegangan dan kejenuhan yang dialami para agent. Seperti Generator sebagai pembangkit energi listrik, ia mengaplikasikan fungsi tersebut ke dalam kreativitas ketiganya, yaitu *Growing Enthusiasm and Energy Through Appreciation and Reward*. Sebuah apresiasi berupa ucapan selamat beserta *reward* sederhana akan diberikan kepada seorang agent yang berhasil meraih KPI tertinggi setiap bulannya. Kreativitas ini dilakukan untuk membangkitkan antusiasme dan motivasi agent agar selalu memberikan performa terbaik.

Program kerja yang ia laksanakan tersebut membawa hasil yang positif terhadap permasalahan yang sebelumnya terjadi. Hal tersebut dibuktikan pada pencapaian tiap indikator di tahun 2022 yang mengalami peningkatan dan melampaui target. Pertama, *On Hold Call Percentage* memiliki rata-rata 29.05% sehingga sukses melampaui target maksimal 30%. Keberhasilan pada indikator ini menandakan bahwa para agent semakin cakap dan cepat melayani nasabah. Lalu, *Average Handling Time* memiliki rata-rata penerimaan panggilan sebesar 259.3 detik dengan target 270 detik. Peningkatan ini menunjukkan bahwa para agent lebih efisien dan percaya diri saat menangani keluhan nasabah. Selanjutnya, *Quality Monitoring Score* pada tahun 2022 memiliki hasil rata-rata 95,2% dari target 90%. Semua peningkatan dan keberhasilan pencapaian pada ketiga indikator kerja ini telah menunjukkan

bahwa kreativitas yang Fauzan lakukan membawa dampak terhadap peningkatan kinerja agent.

Sebagai Team Leader, ia melakukan beberapa pengembangan diri untuk meningkatkan kualitas dirinya dan juga para agent. Beberapa pengembangan diri yang ia lakukan disebut dengan UPS, yaitu *Upgrading*, *Practicing*, dan *Sharing*. *Upgrading* merupakan pengembangan diri yang ia lakukan untuk meningkatkan kompetensi dan skill seorang Team Leader, salah satunya melalui pelatihan certified Contact Center Team Leader dari Telexindo pada Februari 2022. Pengembangan diri selanjutnya, yaitu *Practicing* atau latihan berupa fisik olahraga badminton bersama para agentnya. Baginya, berlatih badminton tidak hanya untuk menjaga stamina fisik, namun melalui permainan ganda juga dapat memberikan cara membangun kerja sama tim. Selain itu, ia dapat mengenal dan menjadi lebih dekat dengan para agent melalui obrolan ringan selepas olahraga. Selanjutnya ia melakukan *Sharing* kepada masyarakat di sekitar tempat tinggalnya seperti mengajarkan alquran, memimpin doa, menjadi panitia kurban, dan lain-lain. Hal tersebut diyakini juga dapat mengasah *communication* dan *leadership skill* yang ia miliki.

*Performance achievements* pun dapat Fauzan raih melalui kompetensi, kreativitas, dan program kerja yang ia lakukan sebelumnya. Pencapaian yang ia raih, yaitu *Phone Skill* mengenai tingkat kualitas pelayanan agent Call Center. Hasil *Phone Skill* menunjukkan bahwa para agent memiliki kualitas pelayanan sangat baik dengan nilai rata-rata 103.8% dari target 90%. Selanjutnya *Knowledge*, yaitu pengetahuan para agent terhadap produk dan pelayanan kartu pembiayaan Hasanah berhasil melampaui target dengan rata-rata 106.8% dari target 85%. Lalu, *Productivity* baik yang dimiliki oleh para agent tanpa menyampingkan kualitas



## Cerita Pemenang Platinum

pelayanan berhasil mencapai rata-rata 102.2% dari target 90%.

Tidak hanya itu, pencapaian *Mystery Call* memiliki hasil rata-rata 102.6% dari target 90%. Hal ini menunjukkan bahwa para agent telah melayani nasabah dengan proses alur yang sangat baik. Pencapaian pada keempat indikator tersebut membuktikan bahwa ia dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawab sebagai leader dengan sangat baik dan optimal.

Untuk dapat terus berkontribusi dan bergerak maju dalam memberikan yang terbaik bagi BSI, ia memiliki tiga motivasi pengembangan yang tinggi. Pertama, *Reach Higher Achievement*, yaitu meraih prestasi membanggakan salah satunya dalam ajang The Best Contact Center Indonesia 2022. Kedua, *Raise Company Profit* guna mempercepat pergerakan profit bagi BSI terutama dalam peningkatan pengguna Hasanah Card melalui kualitas layanan prima. Terakhir, *Grow New Leaders*, yaitu ia memiliki tekad untuk menumbuhkan bibit-bibit pemimpin dari agent Call Center BSI dengan kompetensi terbaik di masa depan.

## *Eugenius Emanuel Susento*

The Best Trainer  
PT Bank Central Asia, Tbk



## **Kerjasama yang Menyeluruh Antara Trainer dan Trainee Melalui *Total Football***

**D**engan semangat untuk terus mencapai yang terbaik, Eugenius berhasil mendapatkan Asian Development Bank Scholarship di Kobe University, Jepang. Pria yang lahir di salah satu pulau terindah di Indonesia pada 19 Desember 1987 ini, berkesempatan untuk melanjutkan program Master of Law selama dua tahun lamanya di Jepang. Lalu, ia pun kembali ke tanah air dan bergabung dengan HaloBCA menjadi seorang trainer pada tahun 2014 silam hingga saat ini.

Di wisma BCA Foresta, tempat ia berkarier saat ini, Eugenius menemukan sebuah proses pembelajaran dalam beragam metode, mulai dari *coaching* dan *mentoring* personal di ruangan tersendiri, ngobrol santai di koridor kantor, hingga mencurahkan pendapat di ruangan kelas.

Untuk menyiapkan berbagai sumber daya manusia di HaloBCA, Eugenius memiliki beberapa peran penting yang harus ia lakukan,

seperti *Analysing Training Needs*. Bukan sekadar mempersiapkan ruang kelas atau alat penunjang pelatihan, ia juga harus melakukan analisis terhadap kebutuhan training, seperti nilai tambah apa yang akan didapat oleh para *trainee* selepas pelatihan. Lalu, Eugenius turut andil dalam *Developing Training Program* yang sedang berjalan, termasuk di dalamnya mengembangkan kemampuan diri supaya proses pelatihan berjalan dengan lebih baik dan lebih efisien.

Keberhasilan sebuah pelatihan bergantung pada penyampaian materinya. Untuk itu, Eugenius juga memiliki peran untuk menyampaikan materi atau *Delivering Modul* dengan baik dan tepat selama pelatihan berlangsung. Ia harus memastikan bahwa seluruh peserta dapat menyerap intisari dari materi yang ia bawakan dengan cara *Evaluating Training Program*.

Demi mencapai keberhasilan dalam sebuah pelatihan, maka diperlukan kompetensi yang memadai. Maka dari itu, Eugenius memiliki empat kompetensi untuk menunjang hal tersebut, di antaranya *Digital Savvy*. Di era digitalisasi saat ini, cerdas digital merupakan hal utama yang sangat diperlukan karena ia dituntut untuk menyelaraskan pelatihan dengan media atau aplikasi terkini. *Analytical Conceptual Thinking* atau proses pemecahan masalah juga demikian. Pelatihan dapat dikatakan berhasil jika trainer dapat membawakan materi serta menjawab seluruh pertanyaan yang diajukan oleh peserta. Tak lupa juga penyampaian materi yang didukung dengan *Delivery Skill* yang baik. Hal ini dilakukan supaya peserta di dalam kelas tetap fokus sekaligus menciptakan suasana yang tidak boring dengan menyisipkan beberapa permainan di sela-sela penyampaian materi. Selanjutnya kemampuan *Creative Thinking* juga wajib dikuasai oleh Eugenius agar suasana kelas tetap *energetic* dan peserta pun bersemangat.

“Sebuah pelatihan yang berhasil adalah soal kerjasama yang menyeluruh dari trainer dan para *trainee*,” pungkas Eugenius. Untuk itu, sebagai Trainer, ia memiliki program kerja guna membantunya dalam mengevaluasi jalannya sebuah pelatihan yang dinamakan *Total Football*. Program kerja ini dilatarbelakangi oleh beberapa hal, seperti kurang memuaskannya hasil evaluasi di akhir program. Sama halnya dengan Halo BCA dimana selalu menjadikan komplain nasabah menjadi sebuah masukan, Eugenius juga memanfaatkan evaluasi dari para *trainee* sebagai ide untuk terus berinovasi.

Latar belakang yang kedua, yaitu *passing grade* yang rendah. Ini merupakan sebuah indikator yang mana dapat melihat apakah para peserta sudah mampu menangkap materi dengan baik atau belum. Walaupun rata-rata *passing grade* sudah mencapai standar, yaitu di angka 75, tentu tidak membuatnya cepat berpuas diri. Melalui program kerja ini, ia terus berusaha untuk mencapai angka *passing grade* sempurna, yaitu 100. Kesiapan para *trainee* juga menjadi salah satu latar belakang terciptanya program ini. Hal ini dikarenakan setelah melewati proses pelatihan, para *trainee* akan menjalani masa OJT di unit kerja masing-masing selama satu bulan. Atasan atau Manager dari masing-masing unit akan menilai seberapa siap mereka dengan melihat kinerja yang dilakukan. Namun, berdasarkan penilaian di sepanjang tahun 2021, ada beberapa *trainee* yang hanya mencapai angka 90 yang mana masih di bawah standar, yaitu di angka 100.

Untuk mencapai tujuan dari program kerja *Total Football* tersebut, Eugenius membutuhkan beberapa kreativitas. Kreativitas pertama, yaitu *Learn from Anywhere* Dalam hal ini, trainer dan para *trainee* dituntut untuk belajar secara cepat dan konsisten, oleh karenanya

## Cerita Pemenang Platinum

Eugenius mengembangkan metode pembelajaran yang tidak terbatas hanya pada *in class training* saja, namun meliputi juga pembelajaran online. Ini merupakan sebuah gebrakan dalam memaksimalkan evaluasi akhir program dengan mengganti suasana belajar menjadi lebih variatif.

Sama halnya dengan pesepak bola yang harus mampu bermain dalam berbagai kondisi apapun, para trainer juga dituntut untuk bisa *Learn from Any Platforms*. Selain kelas, ada beberapa platform pembelajaran yang dijalankan selama ini, seperti aplikasi My-Experience yang berisi informasi seputar prosedur, produk dari BCA, ataupun promo terkini. Lalu ada juga PACAR yang diibaratkan seperti perpustakaan kecil Halo BCA yang berisikan tentang aturan-aturan internal. Melalui kreativitas ini, kepuasan *trainee* lebih meningkat karena adanya pola pembelajaran yang menggunakan beragam metode serta platform. Pembelajaran yang berhasil adalah yang bertumpu pada bagaimana para *trainee* dan saling berbagi kemampuan. Oleh karenanya, ia menggunakan *Skill Combination* untuk membantu dalam memastikan metode pembelajaran diserap dengan baik, contohnya seperti *trainee* dengan kemampuan komunikasi yang baik akan dikombinasikan dengan peserta lain yang memiliki skill terbaik yang berbeda.

Selain pengembangan skill, kerjasama tim yang solid juga dibutuhkan dengan *Buddy System*. Kreativitas ini dibentuk supaya para *trainee* akan saling bertukar ide atau gagasan dan memberikan dukungan pada forum yang lebih kecil. Hal ini tentu efektif untuk para *trainee* yang seringkali kesulitan dalam belajar di kelas yang besar atau merasa kurang percaya diri untuk berbicara di depan umum.

Eugenius juga melakukan *Ice Breaker Team Building Games*. Ia selalu menyisipkan ice breaking atau games supaya suasana

belajar menjadi penuh kreativitas dan tentunya akan berbanding lurus dengan tingkat kepuasan angka EAP, sekaligus juga pemahaman trainee terhadap materi yang disampaikan. Kreativitas terakhir, yaitu *Storytelling*. Dengan metode ini, trainee akan lebih banyak mendengar dan fokus pada cerita dari peserta lainnya. Proses pembelajaran ini tentu akan membantu mereka untuk menyerap ilmu atau materi dengan lebih cepat. Selain itu, trainee juga akan lebih aktif dalam menyampaikan pendapat atau masukan.

Dengan keenam kreativitas yang Eugenius jalani tersebut, ia mampu mengalami peningkatan yang cukup menggembarakan dalam beberapa parameter. Pertama, pencapaian pada parameter End of Program Evaluation (EAP) tahun 2022 berada di atas rata-rata, yaitu 3,95 yang sebelumnya hanya 3,89. Lalu, nilai passing grade yang awalnya berada di angka 89,58 kini berhasil meraih angka 100 dan juga rata-rata kesiapan *trainee* meningkat sebesar 1,89 di enam bulan pertama tahun 2022.

Pencapaian tersebut tentu bukanlah hal yang diperoleh dalam waktu yang singkat. Ibarat sepak bola, *achievement* tersebut berkat *Total Football*, kerjasama yang menyeluruh antara trainer dan para *trainee*, serta kombinasi skill yang terus dipupuk dengan segala skema pembelajaran dari manapun yang terus dipraktikkan. Selain itu, tentu hal tersebut dapat tercapai dengan didukung oleh *Self Development* yang dilakukan oleh Eugenius. Pengembangan diri yang pertama, yaitu *Tireless Spirit of Learning*. Ia selalu konsisten dalam belajar sekaligus meningkatkan kemampuan sebagai seorang trainer, baik mengikuti pembelajaran secara mandiri, maupun ikut pelatihan di luar. Kedua, *Quality management*, ia juga ikut serta untuk menjadi penilai bagi trainer lainnya.

## Cerita Pemenang Platinum

Selain itu, *Learning Habit Creator*, yang berarti ia selalu menjadi inisiator untuk terus belajar. Dan juga berkesempatan memimpin tim atau mentor untuk berlomba, salah satunya pada ajang BCA Innovation Awards. Kreativitas seorang trainer akan tumbuh seiring dengan kedekatannya bersama alam. Oleh karena itu, ia bergabung dalam *Asia Hiking*, yakni kelompok pencinta alam Halo BCA. Melalui kegiatan ini, ia mendapatkan banyak ide dan kreativitas, yang tentunya dapat ia bawakan ke dalam kelas pembelajaran. Kegagalan seringkali datang bukan dari orang sekitar melainkan dari dalam diri kita sendiri. *“Kegesitan dan ketangkasan kita untuk terus belajar adalah kunci,”* ungkapnya.

## *I Komang Agus Cipta Susila*

The Best Agent Digital Email Publik  
PT PLN (Persero)



## **Sang Garuda Pejuang Saluran Informasi Digital**

**B**ergabung sejak Januari 2021, pria kelahiran 13 Februari 1995 di Tabanan Bali ini menempati posisi sebagai Agent Digital Email Publik di Contact Center PLN 123. Sebagai lulusan Hospitality Management di Politeknik Pariwisata Nusa Dua Bali, I Komang memiliki kemampuan dalam menjawab segala informasi tentang listrik melalui media korespondensi.

Baginya, Garuda bukanlah hanya sekadar hewan mitologi. Setiap helai bulu emas Sang Garuda menyiratkan kegigihan masyarakat Indonesia dalam memperjuangkan kemerdekaan. Oleh karena itu, I Komang Agus Cipta Susila mengimplementasikan Sang Garuda dengan penuh tanggung jawab dalam menjalankan tugasnya sebagai pejuang saluran informasi digital di PLN 123.

Ada tiga tugas pokok yang harus ia jalani sebagai seorang *Agent Digital Email Publik*, di antaranya, *Analytical Ability*, *Be in Touch*, dan *Clarifier*. Tugas *Analytical Ability* menjadikan sebuah ketelitian membaca menjadi kunci penting dalam menganalisa email



## Cerita Pemenang Platinum

pelanggan. Untuk menjaga citra baik perusahaan, ia juga harus *Be in Touch* dengan pelanggan, guna menyampaikan informasi produk bisnis secara lugas dan akurat. Selain itu, ia juga bertanggung jawab sebagai *Clarifier* untuk meningkatkan pendapatan perusahaan dengan menawarkan paket promosi hingga rekomendasi produk bisnis.

Sebagai Agent Digital Email Publik terbaik, I Komang tidak hanya mengandalkan kemampuan analisa saja, namun ada beberapa kemampuan lain yang diperlukan untuk mengimbangi karakteristik pelanggan PLN yang bervariasi. Kemampuan pertama, yakni *Superior Reading* yang membantunya untuk membaca lebih dari 150 email pelanggan setiap harinya. Kedua, *Enhance Relationship* dengan pemilihan diksi yang baik hingga kemampuan *copywriting* untuk menghasilkan komunikasi yang efektif. Ketiga, *Go the Extra Mile*, yaitu mampu menciptakan solusi hingga menguasai produk bisnis perusahaan.

Pada tanggal 17 Maret 2022, ia menerima sebuah email pengaduan dari pelanggan bernama Budi Santoso yang menyatakan bahwa 17 rekening listrik pelanggan dengan daya R900VA melonjak naik hampir 123%. Email yang diterima tersebut dituangkan dengan huruf kapital serta tanda seru yang menandakan kemarahan dan kekecewaan pelanggan dan meminta klarifikasi secepatnya dari pihak PLN.

Berdasarkan pengalaman tersebut, I Komang Agus Cipta Susila mengatakan ada tiga hal yang dibutuhkan oleh pelanggan dengan kasus seperti itu, yakni *Accelerate*, *Ratification*, dan *Smart Solution*. *Accelerate* dibutuhkan dalam mengatasi pelanggan yang membutuhkan respon cepat tentang informasi perhitungan rekening listrik. Selanjutnya, pelanggan membutuhkan *Ratification*

atau koreksi tagihan listrik sesuai dengan penggunaan pelanggan. Terakhir, smart solution dibutuhkan untuk menyelesaikan dan klarifikasi tuntas untuk masalah pelanggan.

Menurutnya, kemampuan berpikir kreatif juga memiliki peran penting untuk mengontrol emosi pelanggan. Untuk menyelesaikan permasalahan pelanggan, ia memiliki beberapa langkah kreatif dengan menggunakan variabel x, y, dan z. Langkah pertama yang ia lakukan adalah *Get to Know* (x), yakni melakukan pengecekan tentang penyebab kenaikan tagihan. Kenaikan tagihan ini disebabkan karena 17 rekening tersebut merupakan pelanggan tarif subsidi yang sudah tidak berhak menerima subsidi listrik sesuai data terpadu kesejahteraan sosial dari pemerintah.

Kedua, *Call to Action* (y), yaitu memberikan edukasi secara efektif kepada para pelanggan untuk menghindari risiko yang lebih besar serta meningkatkan kepercayaan pelanggan. Tidak hanya itu, I Komang juga menyisipkan kalimat permintaan kepada pelanggan untuk melunasi tagihan pada akhir pesan korespondensi. Ketiga, *Illuminative* (z) dilakukan untuk memperkuat variabel x dan y, yakni memberikan informasi secara ringkas dan jelas serta berkoordinasi dengan Unit Layanan PLN. Tiga langkah kreatif yang ia lakukan untuk mengontrol emosi pelanggan pun membuahkan hasil. Dengan cara tersebut, ia pun berhasil menetralkan kemarahan serta menciptakan kepuasan layanan kepada pelanggan.

Dari pelayanan yang ia berikan, ada beberapa pengalaman yang pelanggan dapatkan, yakni *Exceptional Service*. Dengan memberikan pelayanan prima dan penyelesaian masalah yang baik, ia mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan, yang mana dapat membawa dampak positif kepada layanan email PLN 123.

## Cerita Pemenang Platinum

Dari pengalaman tersebut, ia pun mendapatkan manfaat, seperti *Pick Up Speed*. Selain itu, ia juga mampu memahami serta menyelesaikan permasalahan pelanggan dengan kemampuan *analytical ability* yang dimiliki. Untuk tercapainya loyalitas pelanggan, ia dapat memberikan solusi secara cepat serta akurat.

Tidak lupa, ia pun selalu mengimbangi pekerjaannya dengan pengembangan diri guna meningkatkan kualitas pelayanan. Adapun pengembangan diri yang ia lakukan, yaitu *Platform Training*. Dengan hal ini, ia mampu meningkatkan pelayanan sekaligus melampaui target perusahaan. Selanjutnya adalah *English Cycling*, yakni mengembangkan komunikasi berbahasa inggris dengan bersepeda dan melatihnya bersama wisatawan asing. Hal ini dilakukan untuk membantunya dalam menjawab email premium dari warga asing pelanggan PLN 123. Lalu, ia juga berpartisipasi aktif pada program Bangun Muda bersama rekan Tourism Ambassador.

Dari seluruh kompetensi, kreativitas, hingga pengembangan diri yang ia miliki pun akhirnya memberikan hasil yang sangat baik terhadap kinerjanya. Hal ini dapat dilihat dari *product knowledge* dan *attendance* yang ia dapatkan selalu mencapai angka 100%. Ia juga mampu menangani email sebanyak 158 email per har sehingga mampu melampaui target *case handling* yang ditentukan perusahaan.

Selain itu, ia juga berhasil mencapai angka di atas rata-rata untuk target *customer attribute*, yakni sebanyak 95.03%. Tidak hanya itu saja, I Komang Agus pun berhasil menjadi Best Agent, Best Utilisasi, dan Best Customer Appreciation di Contact Center PLN 123 dalam masa kerjanya selama 6 bulan terakhir.

## Cerita Pemenang Platinum

Terlepas dari seluruh pencapaian yang didapatkan oleh I Komang Agus, ada beberapa motivasi pengembangan diri yang ingin ia capai demi menjaga kualitas pelayanan yang prima. Di antaranya, yakni *Ambassador Guardian*, *Train the Trainer*, dan *Intellectual Knowledge*. *Ambassador guardian* merupakan sebuah reward tim terbaik yang diberikan oleh PLN sebagai bentuk apresiasi kerja. Kedepannya, juga akan membagikan tips dan trick untuk para rekan kerja yang belum mencapai target dan meraih *Ambassador Guardian*.

Untuk *Train the Trainer*, ia mengatakan bahwa peningkatan ke level yang lebih tinggi menjadi hal yang diinginkan dalam dunia kerja. Dengan promosi jabatan, akan ada kesempatan untuk menambah wawasan serta pengalaman untuk dapat meningkatkan daya saing di dunia kerja. *Prinsip Long Live Education* menjadi terobosannya untuk melanjutkan pendidikan ke strata 1 agar ia mampu meningkatkan *Intellectual Knowledge* dengan mengembangkan kecerdasan, kemampuan berpikir, hingga mengolah komunikasi dengan baik.

## *Dianita Dewi Pratiwi*

The Best Customer Service  
Kantor Layanan Informasi dan Pengaduan  
Ditjen Pajak - Kementerian Keuangan



## Melayani dengan Sepenuh Hati Menggunakan “Perhiasan”

“*Berlian adalah tanda cinta yang abadi*” sebuah kutipan dari Jill St. John yang diucapkan seorang wanita bernama Dianita Dewi Pratiwi. Seseorang bisa tetap menjadi berlian yang bertahan hingga miliaran tahun dengan memperkaya ilmu karena bagi Dianita, ilmu adalah perhiasan yang dapat membuat pemiliknya terlihat berkelas seperti berlian.

Pada tahun 2018, Dianita telah berhasil menyelesaikan pendidikan Diploma III Pajak di Politeknik Keuangan Negara STAN. Wanita yang lahir di Balikpapan pada tanggal 26 Mei 1997 telah mengabdikan selama 3 tahun sebagai Customer Service di Kring Pajak 1500200, Contact Center pertama dan terbesar di Indonesia. Selama mengabdikan sebagai Customer Service di Kring Pajak, ia selalu melayani dengan tulus, tuntas, dan berkualitas.

Sebagai Customer Service, tentu saja ada beberapa tugas dan tanggung jawab yang harus ia lakukan. Pertama, Dianita bertugas untuk memberikan informasi terpercaya dan akurat. Selain itu, ia

juga harus memberikan solusi yang terbaik untuk setiap keluhan dan permasalahan wajib pajak. Terakhir, ia menjadi frontliner untuk memberikan pelayanan terbaik dan positif kepada setiap wajib pajak sebagai Customer Service. Bagi Dianita, setiap wajib pajak merupakan pelanggan prioritas yang berjuang serta berpartisipasi dalam pembangunan negeri. Oleh karena itu, ia akan selalu bertugas untuk memperlihatkan bahwa kualitas Customer Service Kring Pajak memiliki pelayanan yang prima.

Kompetensi dasar menjadi hal yang penting dalam menunjang kariernya sebagai *Customer Service*. Ia memiliki beberapa kompetensi dasar yang dapat membantunya untuk bertanggung jawab dan melaksanakan tugasnya dengan baik, di antaranya yakni komunikatif, percaya diri, serta tampil menarik. Tidak hanya itu, untuk dapat membuat wajib pajak memiliki pengalaman yang positif, kemampuan *High Emotional Stability* harus ia miliki agar dapat selalu bersikap stabil dan tenang sebagai Customer Service.

Kemampuan *Smart and Influencing* yang dimilikinya sebagai Customer Service, yaitu menguasai 16.000 lebih aturan pajak sehingga ia berhasil membuat wajib pajak mematuhi aturan pajak dengan memberikan *win win solution*. *Engaging With Customer*, yakni kemampuan untuk membuat yakin serta menjamin kepada wajib pajak dalam menyelesaikan permasalahan tentang perpajakan.

Sebagai Customer Service, ia memiliki salah satu pengalaman dengan wajib pajak yang terjadi pada tahun 2022. Seorang wajib pajak bernama Bapak Joko yang sedang berada di Kanada ini menerima sebuah e-mail pada bulan Maret 2022 dari Direktorat Jenderal Pajak mengenai rumah yang telah dibeli pada tahun 2018. Namun, Bapak Joko baru membaca e-mail tersebut sekitar

## Cerita Pemenang Platinum

satu bulan sebelum PPS berakhir, yaitu bulan Mei 2022. Harta berupa rumah senilai 3 milyar rupiah tersebut diketahui belum dilaporkan kepada pihak pajak.. Bapak Joko menjadi takut dan bingung dengan konsekuensi yang akan didapatkan mengingat awamnya mengenai perpajakan.

Pengalaman yang terjadi tersebut diceritakan dan ditindaklanjuti oleh istri Bapak Joko yang tinggal di Indonesia, yaitu Ibu Lina. Saat berada di hadapan Dianita, Ibu Lina sebagai perwakilan dari seorang wajib pajak ini terlihat tidak karuan dan takut mengenai permasalahan pajaknya. Sebagai Customer Service, Dianita mengetahui bahwa wajib pajak akan merasa lebih tenang jika menindaklanjuti masalah yang dialaminya secara tatap muka. Untuk mengatasi hal tersebut, Dianita memiliki beberapa kreativitas yang akan ia lakukan untuk membantu permasalahan wajib pajak. Di antaranya, yaitu ajaran anti pusing (anting), cermati informasi lalu cobain (cincin), dan kasih link anti bingung (kalung).

Kreativitas pertama yang dilakukan oleh Dianita adalah ajaran anti pusing atau disingkat anting. Untuk menemukan titik permasalahan wajib pajak, ia mendengarkan serta memahami dengan tenang dan penuh empati permasalahan yang disampaikan oleh wajib pajak dalam kondisi gelisah. Setelah Dianita mencermati permasalahan yang disampaikan, ternyata terjadi kesalahpahaman yang membuat wajib pajak mengira untuk membayar pajak senilai 3 milyar rupiah. Dianita segera meluruskan kesalahpahaman yang terjadi dengan menerjemahkan bahasa undang-undang ke dalam bahasa yang mudah dimengerti oleh wajib pajak. Setelah itu, ia meyakinkan wajib pajak bahwa ada kesempatan agar tidak terkena sanksi dengan mengungkapkan harta yang belum dilaporkan.

Selanjutnya, ia akan melakukan cermati informasi dan cobain

## Cerita Pemenang Platinum

(cincin) setelah wajib pajak merasa tenang. Dianita akan menjelaskan dengan melakukan simulasi jika mengikuti PPS dan tidak mengikuti PPS. Jika wajib pajak mengikuti PPS, jumlah pajak yang harus dibayar akan 7x lebih ringan dibandingkan tidak mengikuti PPS. Selain itu, wajib pajak juga akan merasa lebih tenang dan dijamin tidak akan diperiksa lagi. Berdasarkan simulasi perhitungan dan juga solusi yang diberikan oleh Dianita, ia yakin bahwa wajib pajak akan mengikuti PPS dan membuat kode pembayaran untuk membayar pajak yang berlaku selama 30 hari.

Setelah melakukan cincin, ia akan memberikan kalung, yaitu kasih link anti bingung kepada wajib pajak. Di dalam link tersebut terdapat informasi umum mengenai PPS, wajib pajak akan mengetahui tentang cara pelaporan harta hingga pembayaran pajak. Dengan melakukan tiga kreativitas tersebut, Dianita berhasil mengubah keadaan seorang wajib pajak yang sebelumnya gelisah menjadi lebih lega.

Dengan kreativitas bernama anting yang diberikan oleh Dianita, mampu membuat wajib pajak percaya dengan layanan dan meluruskan kesalahpahaman. Selain itu, wajib pajak menjadi tax expert melalui simulasi perhitungan yang dilakukan sebelumnya melalui cincin. Melalui link yang diberikan oleh Dianita, wajib pajak dapat berbagi dan berdiskusi dengan wajib pajak lainnya. Kemampuan kreativitas yang telah ia lakukan ini berdampak positif untuk menyukseskan Program Pengungkapan Sukarela, yaitu ada sekitar lebih dari 100.000 wajib pajak mengungkap harta dan diampuni oleh Direktorat Jenderal Pajak.

Tidak hanya meningkatkan kemampuan kreativitasnya dalam melayani wajib pajak. Dianita juga tidak lupa untuk senantiasa meningkatkan kemampuan dirinya dengan melakukan hal-hal



berkualitas. Dianita secara aktif mengikuti program In House Training, ia belajar dan berdiskusi tentang pembaruan peraturan perpajakan bersama rekan kerjanya. Tidak hanya itu, Dianita menjadikan membaca sebagai salah satu untuk mengembangkan dirinya. Ia gemar membaca buku tentang psikologi dan kesehatan mental sehingga ia memiliki kepribadian yang tenang dalam menghadapi segala sesuatu. Selain itu, Dianita juga mengajar khusus perpajakan karena baginya dengan mengajar, ia akan menjadi lebih paham dan mengerti tentang materi perpajakan.

Kreativitas dan pengembangan diri yang dilakukan oleh Dianita ternyata tidak hanya berdampak positif terhadap wajib pajak, tetapi juga membawa dampak baik kepada dirinya. Manajemen Kring Pajak telah mengakui pencapaian Dianita, melalui key performance indicator yang diraih pada bulan Januari - Juni 2022. Kedisiplinan Dianita terlihat dari kehadirannya yang hadir 30 menit sebelum memberikan pelayanan. Selain itu, ia mampu menyelesaikan beban kerja sesuai target, yaitu 100% konsisten. Menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan prosedur hingga melebihi target 90% telah dicapai oleh Dianita. Ia juga selalu memberikan kualitas pelayanan yang selalu melewati ekspektasi yang kantor targetkan. Berdasarkan pencapaian yang ia raih, Dianita berhasil dinobatkan menjadi *The Best Customer Service of The Month*.

Dianita memiliki beberapa mimpi dan motivasi yang harus dicapai untuk menunjang kariernya menjadi lebih profesional. Ia ingin melanjutkan studi S2 di luar negeri agar menjadi pribadi yang lebih berilmu. Dianita memiliki motivasi untuk menjadi Bilingual Customer Service untuk membantu investor asing memahami informasi pajak di Indonesia. Terakhir, dengan menjadi percaya diri serta mengikuti modeling class, ia akan mempelajari ilmu bahasa tubuh agar menjadi lebih luwes dan cantik saat berhadapan dengan wajib pajak.

## *Fonny Gudiman*

The Best Back Office  
PT Bank Central Asia, Tbk



## **Cepat dan Tepat Atasi Keluhan Nasabah dengan *Traffic Light Intervention***

Setelah menyelesaikan studi S1 Program Pendidikan Akuntansi di Universitas Trisakti, sebuah kebanggaan bagi Fonny untuk dapat langsung bergabung dengan Halo BCA pada 1 April 2019. Wanita berkelahiran 18 Februari 1998 ini selalu menerapkan clean desk dan clean screen sebagai Back Office di tempat kerjanya.

Fonny Gudiman memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab yang mengantarkan keberhasilannya sebagai Back Office terbaik. Tugas dan tanggung jawab yang ia miliki di antaranya, yaitu menindaklanjuti keluhan yang tidak dapat diselesaikan di Customer Service, menginformasikan progres dan memenuhi janji kepada nasabah, dan membuat laporan manajemen perusahaan.

Kompetensi merupakan sebuah kemampuan yang harus dimiliki untuk mendukung tugas dan tanggung jawab. Sebagai Back Office, Fonny memiliki beberapa kompetensi yang mumpuni untuk

melakukan tugas dan tanggung jawabnya. Mulai dari kemampuan *Problem Solving*, *Leveraging Relationship*, *Time Management*, dan *Commitment To Learning*. Baginya, kemampuan *Time Management* merupakan kemampuan yang sangat penting dikarenakan ada 157 kombinasi produk dan tipe keluhan yang harus ia tangani sebagai *Back Office*.

Dalam perjalanan kariernya sebagai *Back Office* Bank Central Asia, ada satu pengalaman pelayanan menarik yang kerap ia namai dengan *Overlap* atau tumpang tindih. Adanya pandemi COVID-19 membuat pemerintah menerapkan program PPKM hingga menimbulkan dampak negatif dalam bidang perdagangan, salah satunya terancam bangkrut. Permasalahan ini terjadi kepada calon nasabah bernama Bapak Opal, seorang pedagang kerupuk opak yang baru membuka toko di tahun 2019.

Di tengah permasalahan yang sedang dihadapi, Bapak Opal melihat sebuah peluang untuk berjualan di e-commerce. Di tanggal 20 Mei 2022, Bapak Opal melihat sebuah promosi *free advertising* yang ditawarkan oleh salah satu e-commerce. Untuk dapat mengikuti promosi tersebut, beliau harus mengikuti syarat dan ketentuan yang berlaku, seperti memiliki rekening. Rasa panik muncul dari dalam diri Bapak Opal dikarenakan belum memiliki rekening dan promo tersebut akan berakhir tanggal 23 Mei 2022. Pada saat itu, Bapak Opal sedang terpapar virus sehingga ia memikirkan cara agar dapat membuka rekening dengan cepat.

Mengingat kondisi dan juga tenggat waktu yang sangat pendek, akhirnya Bapak Opal teringat fitur pembukaan rekening online pada aplikasi BCA Mobile. Tanpa pikir dua kali, beliau segera mendaftarkan diri untuk membuka rekening BCA secara online. Hanya saja terjadi kendala yang cukup mengecewakan untuk Bapak Opal,

nomor seluler yang beliau gunakan ternyata sudah terhubung pada aplikasi BCA Mobile. Beliau segera menghubungi Customer Service Halo BCA untuk melaporkan hal tersebut dengan nada tinggi. Atas ketidaknyamanan yang Bapak Opal rasakan, Customer Service meminta maaf serta memberitahu bahwa keluhan tersebut akan ditindaklanjuti selama paling lama 7 hari. Dengan bernada tinggi, Bapak Opal menolak pemberitahuan tersebut dan meminta untuk ditindaklanjuti secepatnya.

Fonny sebagai Back Office menerima e-mail masuk dari Customer Service untuk segera menindaklanjuti permasalahan tersebut. Tentunya Fonny memiliki langkah kreativitas untuk mengatasi masalah yang terjadi pada Bapak Opal. Langkah kreativitas pertama yang akan ia lakukan adalah *Traffic Light Intervention* sebuah alat yang digunakan untuk membuat kategori service level sesuai warna. Jika dilihat dari keluhan Bapak Opal, kasus tersebut masih berada di kelompok level hijau sehingga tidak ada prioritas bagi Fonny untuk menyelesaikan kasus tersebut secepatnya.

Namun, hati Fonny tergerak ketika mengetahui bahwa keluhan Bapak Opal harus ditindaklanjuti dengan segera dikarenakan beliau harus membuka rekening secepatnya. Fonny memperpendek service level yang sebelumnya 7 hari menjadi 2 hari dengan menggunakan kreativitas kedua, yaitu *CAR (Cut And Run)*. Saat mengendarai sebuah mobil harus diketahui arah tujuan serta rute perjalanan dan menghindari titik terjadinya kemacetan. Dalam *CAR (Cut And Run)* ini memiliki sebuah rute yang terdiri dari *Crosscheck*, *Coordination*, *Confirmation*, dan *Conclusion*.

Sebelum melakukan rute tersebut agar keluhan dapat dilakukan dengan cepat, ia harus mempertimbangkan sebuah hal. Sebuah

hambatan akan terjadi pada titik *Coordination* dimana dalam kasus Bapak Opal, Fonny harus berkoordinasi melalui e-mail dengan pihak ketiga seperti provider dalam memastikan kepemilikan nomor. Namun, bisa saja dibutuhkan waktu yang lama bahkan no respon dari pihak provider sehingga ia mengganti titik *Coordination* dengan *Checking*.

Pertama, melalui aplikasi CRM, Fonny mencari nomor telepon Bapak Opal untuk melakukan titik *Crosscheck*. Berdasarkan pencarian yang ia lakukan ternyata nomor telepon tersebut telah terdaftar pada rekening atas nama Ibu Tina. Untuk itu ia menelpon nomor tersebut dan diangkat oleh Bapak Opal sehingga ia bertanya-tanya mengenai nomor telepon Ibu Tina.

Selanjutnya, Fonny perlu melakukan *Checking* guna mengetahui nomor telepon nasabah bernama Ibu Tina. Ia melakukan pengecekan terhadap mutasi rekening Ibu Tina dan menemukan transaksi virtual account yang menggunakan 13 digit nomor telepon. Lalu, Fonny berhasil terhubung dengan Ibu Tina setelah menghubungi nomor tersebut. Kemudian ia bertanya untuk memeriksa apakah Ibu Tina masih menggunakan nomor tersebut, ternyata Ibu Tina sudah mengganti nomor dan belum mengupdate ulang nomor telepon. Setelah melakukan titik *Checking*, akhirnya Fonny melakukan *Confirmation* guna memperbarui nomor telepon.

Fonny segera menelpon Bapak Opal setelah melakukan *Confirmation* dengan Ibu Tina. Pada titik *Conclusion*, dapat diketahui bahwa ternyata nomor telepon yang digunakan oleh Bapak Opal merupakan nomor *recycle*, yaitu nomor yang diaktifkan dan dijual kembali. Berkat dedikasi tinggi Fonny dalam menangani masalah tersebut, akhirnya Bapak Opal dapat membuka rekening dalam waktu 2 hari. Setelah itu, kreativitas terakhir yang ia lakukan

adalah *Standardization Telling Education* guna selalu memberikan edukasi kepada nasabah pada akhir telepon bahwa pembaruan data dapat dilakukan di aplikasi Halo BCA.

Dari ketiga kreativitas yang ia lakukan dengan baik dan penuh tanggung jawab tersebut, membawa dampak yang sangat baik untuk nasabah, perusahaan hingga dirinya sendiri. Dampak baik yang ia terima dari nasabah, yakni merasa senang karena dapat membuka rekening dan merasa diperhatikan. Bagi Bank Central Asia, dampak baik yang ia berikan adalah menambah profit dan citra perusahaan yang semakin baik. Fonny juga berhasil meraih Top Back Office berkat kreativitas dan tanggung jawabnya menjalankan tugas sebagai Back Office.

Untuk dapat terus meningkatkan kualitas dan pelayanan dalam tugas dan tanggung jawabnya, Fonny tidak lupa untuk terus senantiasa mengembangkan diri. Ia mengembangkan diri dengan selalu kompetitif dalam mengikuti kompetisi, ia berhasil meraih juara pertama dalam Mega Quiz Bank Challenge. Jiwa kompetitifnya tidak hanya ada pada dirinya tetapi juga kepada rekannya, Fonny bersama rekannya mengikuti BCA Innovation Award.

Tidak hanya itu, Fonny juga melatih kemampuan berkomunikasinya dengan menjadi Master of Ceremony atau moderator pada seminar. Bagi Fonny, kemampuan berbahasa asing juga tidak kalah penting karena ia yakin Bank BCA akan menjadi bank terbaik di internasional. Oleh karena itu, ia mempersiapkan diri dengan mengikuti kursus bahasa asing, khususnya Bahasa Mandarin.

Semua kreativitas dan pengembangan diri yang Fonny lakukan ini berdampak terhadap pencapaian kinerjanya. Ia selalu menyelesaikan keluhan sesuai dengan service level yang ditentukan. Hal ini

## Cerita Pemenang Platinum

terbukti bahwa Fonny mampu untuk selalu konsisten meningkat dan melampaui target pada Service Level Agreement di bulan Januari - Juni. Sebagai Back Office, Fonny selalu memberikan informasi yang akurat dan tepat kepada nasabah, hal ini dibuktikan pada pencapaian kinerjanya di Information Accuracy dengan selalu melampaui target hingga 100% dari Januari hingga Juni.

Tidak hanya itu, Fonny juga mampu melampaui target sebesar 100% di Service Quality yang targetnya ditetapkan sebesar 99%. Kehadiran merupakan hal penting yang dapat mempengaruhi kinerjanya sehingga Fonny mampu melampaui target Attendance sebanyak 100%.

Wanita yang memiliki jiwa kompetitif dan terus berkembang ini memiliki motivasi pengembangan. Di antaranya, yaitu mengikuti perlombaan Contact Center World di ajang internasional. Menurutnya, tim yang luar biasa dapat mempengaruhi kemenangan seorang pembalap seperti *navigator racing*. Oleh karena itu, ia ingin menjadi seorang tim leader yang akan mengarahkan tim meraih kemenangan. Tidak hanya itu, Fonny selalu melakukan improvisasi dan bekerja lebih dari yang diharapkan sehingga ia ingin menjadi role model bagi timnya.

*“The starting point of all achievement is desire,”* sebuah kutipan dari seorang penulis sastra bernama Napoleon Hill, membuat keinginan, kemauan, hingga hasrat yang Fonny miliki untuk terus memberikan yang terbaik kepada nasabah.

*Dian Firanti Allisa, S.Far*

The Best Agent Inbound  
Badan Pengawas Obat dan Makanan  
(BPOM)



## Strategi Menang The Best Contact Center Indonesia dari Aksi Para Bintang MotoGP

**D**ian Firanti Allisa memulai kariernya di BPOM sejak 2014 sebagai Agent Inbound Halo BPOM 1500533. Seorang lulusan sarjana Farmasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta ini lahir di Jakarta, 22 November 1990. Mandalika Experience Expo telah memberikan ia kesan yang tidak bisa dilupakan, ia terlibat sebagai bagian dari BPOM yang berpartisipasi untuk memberikan komunikasi, informasi dan edukasi mengenai obat dan makanan. Saat mendengar Mandalika, tentu tidak bisa dilepaskan dengan sirkuit Mandalika yang membuat Lombok semakin bersinar. Salah satunya, kehadiran aksi dari Marc Marquez dan Fabio Quartararo dalam pagelaran MotoGP. Strategi jitu dari kedua orang tersebut menjadi inspirasi bagi Dian. Tahun ini menjadi pengalaman pertamanya dalam mengikuti The Best Contact Center Indonesia di kategori Agent Inbound. Tahun sebelumnya, Dian berhasil meraih medali silver dalam kategori Smart Team. Untuk itu, tantangan untuk meraih medali platinum menjadi hal yang baru bagi Dian.



Baginya, saat menonton balap motor ada sebuah strategi yang ia pelajari, yaitu dari garis *start* hingga *finish* di dalam lintasan sirkuit yang perlu diamati. Strategi tersebut ia aplikasikan sebagai Agent Contact Center Halo BPOM, ia memulai hari dengan opening, greeting hingga closing. Sedangkan sebuah lintasan interaksi dengan konsumen seolah menjadi sebuah lintasan sirkuit yang harus ia jalani. Lintasan tersebut ia gambarkan ke dalam tiga tugas dan tanggung jawabnya sebagai Agent Inbound, yakni berkomitmen untuk membawa pelanggan dari garis start hingga finish. Tugas pertama, sebagai *Opening* yang memberikan informasi dan menerima pengaduan dari pelanggan terkait obat dan makanan. Dian juga mengarahkan pelaku usaha dalam proses pendaftaran agar dapat mencapai garis finish. Lalu, tugas *Greeting* ialah membuat laporan pengaduan dan meneruskan laporan tersebut kepada unit terkait. Saat di garis finish, ia melakukan tugas *Closing*, yaitu menyampaikan hasil tindak lanjut kepada konsumen hingga pengaduan terselesaikan.

Saat pertandingan MotoGP di Mandalika, Marc Marquez berkali-kali mengalami kecelakaan saat melintasi sirkuit. Namun, Marc Marquez selalu bangkit dan lakukan lagi. Hal tersebut juga berlaku bagi Dian sebagai Agent Inbound untuk selalu melayani lagi dan lagi dengan kondisi apapun, ia selalu bangkit lagi dan percaya diri. Untuk itu melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, ia memiliki kompetensi yang dinamakan *Speed Up*, yaitu *Shifting Paradigm*, *Extra Step*, dan *Use Time To Figure Out*. Kemampuan *Shifting Paradigm*, yaitu mengatur agar memiliki tindakan yang tepat saat melayani konsumen dengan tingkat komplain tinggi, ia selalu melihat paradigma bahwa apapun yang ia hadapi pasti ada jalan keluar dan mudah. Lalu, *Extra Step*, yaitu menyiapkan kemampuan untuk menangani konsumen dengan melatih skill, mengenali karakter, dan menyiapkan pemahaman terhadap job

knowledge hingga unit *knowledge*. Tidak hanya itu, ia memberikan informasi tambahan yang mampu meningkatkan pemahaman konsumen. Selanjutnya, *Use Time To Figure Out*, yakni kemampuan memanfaatkan waktu dengan baik untuk dapat mengupdate informasi baru terkait obat dan makanan, ia menggunakan tools time management matrix generasi keempat.

Selama menjadi Agent Inbound Halo BPOM, tentu saja ada beberapa pengalaman pelanggan yang ia miliki. Salah satu momen yang tak terlupakan terjadi pada 19 April 2022, dimana seorang pelanggan bernama Ibu Yulia menghubungi Halo BPOM dengan panik. Beliau menanyakan kebenaran kabar yang beredar mengenai air minum dalam kemasan yang mengandung listrik dan berbahaya bagi kesehatan. Ibu Yulia dan keluarganya merupakan salah satu konsumen dari produk tersebut. Dari permasalahan tersebut, Ibu Yulia membutuhkan dua hal, yaitu konfirmasi tentang kebenaran berita yang beredar dan keamanan produk karena seluruh keluarganya mengkonsumsi produk tersebut. Oleh karena itu, ia harus mengedukasi dengan memberikan informasi yang benar kepada konsumen.

Emosi yang campur aduk dari konsumen tersebut membutuhkan ketenangan dalam diri Dian untuk merespon. Untuk mengatasi hal tersebut, ia memiliki kreativitas penting yang bisa ia gunakan, yaitu meningkatkan kapasitas mesin. Ia perlu meredam energi negatif dengan memberikan ketenangan yang super positif. Seperti kelas motoGP, Dian menyiapkan kemampuan mesin 1000cc yang terdiri dari 250cc *Care*, 250cc *Checking*, 250cc *Clarify*, dan 250cc *Collaborative*. *Care* ialah kemampuan untuk menunjukkan perhatian, pemahaman, kepedulian dan empati terhadap kekhawatiran yang dirasakan Ibu Yulia terhadap berita tersebut. *Checking*, yakni melakukan penelusuran dan pengecekan legalitas produk pada

cekbpom.pom.id. *Clarify* guna menyampaikan klarifikasi bahwa berita tersebut tidak benar sesuai dengan klarifikasi yang diterbitkan oleh BPOM. Selanjutnya, *Collaborative*, yaitu meneruskan ke unit terkait untuk melakukan *pre-release* mengenai berita hoax yang kembali marah tersebut pada media sosial dan website Badan POM.

Setelah mendengarkan klarifikasi yang diberikan oleh Dian, Ibu Yulia merasa aman, lega dan senang dan berjanji untuk tidak mudah percaya terhadap berita yang tidak jelas. Selain itu, manfaat untuk pelanggan, yaitu beliau jadi mengetahui bahwa ada BPOM yang bisa dihubungi untuk klarifikasi dan edukasi. Akhirnya klarifikasi tersebut, beliau bagikan kepada keluarga dan teman-temannya. Lalu pengalaman untuk BPOM, yaitu perlu untuk selalu melakukan komunikasi, informasi dan edukasi. Serta untuk diri Dian sendiri, yakni menjadi lebih paham bahwa ia harus selalu meningkatkan kapasitas mesin sebab emosi dan masalah yang datang tidak bisa diperkirakan.

Konsumen memiliki hak untuk melakukan komplain dengan berbagai macam emosi. Begitu pula dengan Dian, ia memiliki hak untuk melakukan pengembangan diri. Pengembangan diri ia lakukan melalui kegiatan MOTOGP (*motivate myself to Grouping, Gaining, and Processing*). Pengembangan diri *Grouping*, yaitu dengan bergabung pada *English Community Best Platform*. Dengan pengembangan tersebut, ia dapat bertemu dengan orang-orang baru dengan personality dan latar belakang yang berbeda. Selanjutnya, *Gaining*, yaitu mengikuti kegiatan pengembangan kompetensi secara internal maupun internal, contohnya melalui aplikasi Si Pandai (sistem pembelajaran daring) dan IDEAS. Dian memiliki hobi menanam tanaman yang bermanfaat untuk pengobatan dan memasak. Pengembangan diri *Process* terdapat dalam

hobinya, ia dapat melatih diri untuk lebih bersabar dan ulet untuk menunggu hasil dari sebuah proses tumbuh.

Adapun hal-hal seperti kompetensi, kreativitas hingga pengembangan diri memiliki dampak pada pencapaian kerjanya. Selama bulan Januari hingga Juni, target Quality Monitoring Score berhasil ia lampau dengan rata-rata pencapaian 97% dari target 90%. Pencapaian kedua juga ia raih dalam First Contact Resolution dengan berhasil melampaui target selama 6 bulan terakhir. Tidak hanya itu, Dian juga berhasil melewati target pada Survei Kepuasan Masyarakat dan tingkat Kehadiran mencapai 100% dari target 98%.

Motivasi pengembangan sangat diperlukan untuk dapat menjaga dirinya terus tumbuh. Oleh karena itu, ia memiliki tiga motivasi pengembangan yang ingin dilakukan. Motivasi pengembangan pertama disebut *Endless Learning*, yaitu ia ingin belajar lebih mengenai kebutuhan dan perilaku pelanggan dan terus meningkatkan skill pelayanan yang ia miliki. Lalu, *Passion Of Service* dengan menanamkan nilai dalam dirinya bahwa menjadi Agent Contact Center bukan hanya sebuah pekerjaan tetapi sebagai passion untuk melayani dan mengedukasi masyarakat mengenai obat dan makanan. Terakhir adalah *Positive Impact* dengan melakukan latihan agar pada setiap waktu dan momen yang ia miliki, Dian selalu bisa melayani orang lain.

## *Raema Kristia R*

The Best Agent Digital Media Sosial  
PT Bank Central Asia, Tbk



## **Bermusik dalam Keluhan Ala Raema**

**S**eiring dengan perkembangan teknologi, peranan media sosial menjadi semakin penting. Media sosial tidak hanya digunakan untuk melakukan komunikasi tetapi bisa juga untuk *shopping, banking, hingga learning*. Ada banyak platform media sosial yang digunakan di Indonesia, salah satu yang paling sering digunakan, yakni Twitter. “*Senada, Senantiasa di Sisi Anda,*” merupakan komitmen dari Bank Central Asia yang menghadirkan layanan sosial media Twitter seperti @haloBCA, @BankBCA, @GoodLifeBCA, @XpresiBCA, dan @KartuKreditBCA.

Raema Kristia Rinjani, seorang wanita yang lahir di kota Ungaran ini merupakan lulusan Diploma III Akademi Keuangan Perbankan Widya Buana Semarang. Setelah menyelesaikan pendidikan Diploma III di tahun 2018, ia juga berkesempatan untuk dapat langsung bergabung dengan Halo BCA. Di tahun 2020 hingga sekarang, Raema meraih level tertinggi seorang agent, yaitu *Agent Digital Media Sosial*.

Sebagai seorang Agent Digital Media Sosial, ia memiliki lingkungan

kerja yang nyaman dapat meningkatkan kinerjanya dalam melayani nasabah dan menjalani tugasnya. Raema memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab yang harus ia lakukan. Sebagai insan BCA, ia selalu memberikan pelayanan yang tulus dan terbaik kepada nasabah sehingga *Service From The Golden Heart* menjadi tugas dan tanggung jawabnya. Pada setiap keluhan dan permasalahan, Raema memiliki tugas sebagai *Problem Solving* untuk memberikan solusi kepada nasabah. *Providing Accurate Information* guna memberikan informasi yang terpercaya dan akurat ia lakukan untuk nasabah. Untuk menjaga loyalitas terhadap Bank BCA, *Building Good Relationship* ia lakukan, yaitu membina hubungan yang baik dengan nasabah.

Raema tentunya memiliki kompetensi yang mumpuni untuk dapat *handle* berbagai macam permasalahan nasabah di *Direct Message* dan *Mention* pada media sosial twitter Halo BCA. Ia memiliki kompetensi *Written Communication* sebagai *Agent Digital Media Sosial*. Kemampuan ini diperlukan saat Raema membaca sebuah dari nasabah, ia dapat mengambil poin permasalahan dan mengetik cepat tanpa typo saat memberikan informasi. Untuk menjaga performa kerjanya, kemampuan *Managing Emotion* ia miliki agar selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Kemudian, kemampuan *Analytical Thinking And Problem Solving* atau berpikir secara analitis dan terstruktur agar dapat memberikan informasi dan penanganan keluhan dengan baik.

Bergabung sejak tahun 2018 hingga kini sebagai *Agent Digital Media Sosial*, pastinya Raema memiliki segudang pengalaman pelanggan. Salah satunya adalah pengalaman yang ia namakan dengan Bermusik dalam *Komplain*. Di bulan Januari, ada sebuah *Direct Message* dari nasabah yang ia terima pada malam hari.

Seorang nasabah memberikan keluhannya mengenai Klik BCA yang terblokir sehingga tidak dapat mengecek saldo dan melakukan transaksi. Tidak hanya itu, nasabah tersebut juga mengeluhkan tentang nomor Call Center yang tidak bisa dihubungi dan meminta solusi agar untuk dapat melakukan transaksi saat itu juga.

“*Creativity is the firing of my soul,*” ia mengutip perkataan dari seorang pianis, Wolfgang Amadeus Mozart. Sebagai Agent Digital Media Sosial terbaik, ia memiliki beberapa kreativitas untuk menangani keluhan tersebut. Di antaranya, Teknik *Reading*, Teknik *Touching*, *Time Managing* dan Teknik *Harmony*. Dalam menangani nasabah, Teknik *Reading* sangat diperlukan untuk dapat memahami keperluan nasabah. Raema merasa sedikit janggal dan mencari tahu titik permasalahannya. Oleh karena itu, ia menanyakan keberadaan nasabah tersebut dan ternyata nasabah sedang berada di luar negeri sehingga dapat diketahui alasan nomor Call Center tidak bisa dihubungi. Selanjutnya mengetahui poin-poin permasalahan nasabah, ia memerlukan informasi pada *Knowledge Information System* agar ia dapat memberikan informasi dan solusi yang tepat kepada nasabah.

Selanjutnya adalah Teknik *Touching*, layaknya seorang pianis yang dapat menginterpretasikan musik menjadi alunan musik indah karena dibuat berdasarkan rasa dan hati. Dalam mengatasi keluhan tersebut, Raema dapat merasakan keresahan nasabah melalui . Oleh karena itu, ia memberikan empati kepada nasabah atas ketidaknyamanan yang dirasakan oleh nasabah. Menyelaraskan sebuah tempo dan ritme harus bisa dilakukan oleh seorang pianis, sama halnya Raema dalam menangani nasabah. Ia memiliki kreativitas *Time Managing* guna merespon nasabah dengan lebih cepat. Tidak lebih dari dua menit, Raema

memberikan informasi terkait permasalahan KLIK BCA nasabah yang terblokir. Walaupun satu permasalahan selesai, masih ada permasalahan lain yang dihadapi nasabah seperti mengecek saldo dan melakukan transaksi. Dengan sigap, ia menginformasikan kepada nasabah untuk menggunakan Halo BCA saat menunggu proses aktivasi KLIK BCA yang terblokir. Akhirnya permasalahan nasabah terselesaikan dengan sangat baik hingga nasabah memberikan pujian bahwa Raema sangat solutif sebagai Agent Digital Media Sosial.

Kreativitas terakhir yang ia lakukan adalah Teknik *Harmony*. Layaknya seorang pianis yang menggunakan Teknik *Harmony* yang mengembangkan cord untuk mendapat alunan musik yang harmonis. Sebagai Agent Digital Media Sosial, Raema juga melakukan improvisasi batasan agar dapat memberikan pengalaman terbaik untuk nasabah. Jika sesuai dengan prosedur membutuhkan waktu dua hari kerja untuk menangani permasalahan tersebut. Namun dengan Teknik Harmoni, ia melakukan improvisasi batasan tersebut menjadi satu hari kerja sehingga nasabah dapat menggunakan KLIK BCA kembali.

Dari pengalaman dan kreativitas yang ia lakukan dengan sangat baik, hal tersebut membawa segudang manfaat. Salah satunya yang paling penting merupakan *Solutive Action*, ia dapat menangani keluhan nasabah dengan baik sehingga nasabah bisa menggunakan KLIK BCA dan menghubungi Halo BCA 1500 888 kapanpun dan dimanapun. Manfaat selanjutnya adalah *Company Branding*, yaitu terjaganya kredibilitas BCA yang dapat dilihat dari respon positif dan puas nasabah. Manfaat terakhir adalah *Valuable Lesson*, ia mendapatkan manfaat dari pengalaman Bermusik Dalam *Complain*. Pembelajaran dari membaca yang tidak hanya sekedar membaca, namun ia bisa mengambil poin permasalahan,



menangkap emosi nasabah, menganalisa tipe nasabah, dan melakukan pendekatan diri yang tepat.

Tidak hanya kreativitas kerja saja yang ia asah, tetapi Raema juga melakukan pengembangan diri diluar pekerjaan untuk meningkatkan kualitas diri. Pengembangan diri pertama, yaitu mengikuti online training seperti Service Excellent guna meningkatkan kompetensi diri dalam menangani nasabah. Selanjutnya, ia mengembangkan diri melalui hobi, yaitu menari. Raema belajar tari jawa dan mengajarkannya kepada anak-anak di lingkungan tempat tinggalnya. Baginya, menari memberikan banyak dampak positif untuk pekerjaannya karena menari jawa dapat melatih kesabarannya. Tidak hanya itu, ia juga mengikuti Karang Taruna bernama Ika Kharisma. Melalui organisasi ini, ia mendapatkan pengalaman dalam menganalisa hingga menyelesaikan masalah dengan tuntas dan kerja sama yang baik.

Berkat pengembangan diri yang ia lakukan ternyata membawa dampak yang sangat baik bagi kinerjanya. Pencapaian pertama adalah *Response Time* dalam menjawab nasabah dengan target waktu maksimal tiga menit. Namun ia mampu melampaui target dengan selalu di bawah tiga menit dari bulan Januari hingga Juni 2022. Pencapaian selanjutnya, yaitu *Fatal Error* dengan target 0 pun ia capai, ia selalu memberikan informasi akurat sehingga tidak memberikan kerugian atau menurunnya kepercayaan nasabah. *Service Quality* dibutuhkan agar Agent dapat memberikan pelayanan kepada nasabah sesuai standar yang ditentukan. Untuk *Service Quality* yang ditetapkan 99%, selama 6 bulan terakhir ia selalu di atas 99%. Tidak hanya itu, kondisi prima dan sehat menjadi salah satu hal yang sangat ia perhatikan. Hal ini ia buktikan dalam *Attendance* atau kehadiran yang selalu 100% dan melampaui target yang tentukan.

## Cerita Pemenang Platinum

Walaupun telah mencapai berbagai pencapaian dalam kinerjanya, ia tetap memiliki motivasi pengembangan diri agar menjadi yang lebih baik. Di antaranya, mendapatkan minimal 10 *golden*, *Be a Role Model*, dan *Level Up*. Ia memotivasi dirinya untuk mendapatkan minimal 10 *Golden* dari nasabah setiap harinya. Untuk dapat menjadi role model *improvement*, ia akan membagikan ilmu analisis ketikan kepada rekan kerja terutama agent media sosial baru melalui kelas membaca. Terakhir, ia melakukan motivasi *Level Up* terhadap dirinya agar dapat menjadi lebih tinggi dari seorang agent, seperti contohnya tim leader.

## *Pury Indah Octary*

The Best Customer Service  
Bank Indonesia



### **Unjuk Gigi Pelayanan Terbaik pada *Runway Visitor Center***

**P**aris identik dengan kota fashion terbesar di dunia, fashion designer dan brand terkenal di dunia dilahirkan dari kota cinta ini. Sama halnya dengan Bank Indonesia *Call And Interaction* atau BI Bicara yang telah melahirkan Customer Service terbaik dan berkualitas, salah satunya adalah Pury Indah Octary. Pada tahun 2021, wanita berkelahiran Bandung ini mengawali kariernya sebagai Agent Inbound di Bank Indonesia. Di tahun pertama berkarier, Pury berhasil mendapatkan penghargaan *Best Employee Of The Year*. Tidak hanya itu, ia dipercaya untuk menjadi Customer Service Bank Indonesia pada tahun berikutnya.

*“Everyday is a fashion show and the world is your runway”* itulah yang ia katakan. Dalam dunia fashion show, *runway* menjadi ajang unjuk gigi karya-karya terbaik bagi para designer. Hal tersebut juga berlaku untuk Pury, Visitor Center Bank Indonesia adalah runway untuk menunjukkan pelayanan terbaik kepada seluruh stakeholder Bank Indonesia. Walaupun pada bulan maret 2020 telah terjadi pandemi Covid-19, Bank Indonesia terutama Customer Service

tetap memberikan informasi serta pelayanan maksimal kepada stakeholder melalui aplikasi virtual meeting Webex.

Sebagai Customer Service, ada beberapa peran dan tanggung jawab yang harus mampu untuk ia lakukan agar bisa memberikan pelayanan terbaik kepada stakeholder. Tugas *Provide Information And Solutions*, ia harus memberikan informasi, solusi serta edukasi kepada stakeholder secara tepat dan akurat. Setelah memberikan informasi hingga keluhan yang telah ia selesaikan, ia bertanggung jawab untuk membuat bukti atas kinerjanya dalam bentuk Reporting. Ia juga melakukan *Develop Customer Engagement* guna memastikan kualitas pelayanan melalui survei pelayanan.

Untuk menghasilkan kualitas pelayanan yang bagus dalam tugas dan tanggung jawabnya, maka dibutuhkan kompetensi yang handal. *Good materials produce quality* karena baginya material yang mumpuni harus dimiliki. Ada tiga kompetensi mumpuni yang ia miliki di antaranya, *Masteri Product And Procedure*, *Problem Solving Skill*, dan *Interpersonal Skill*. Kompetensi *Masteri Product And Procedure*, yaitu memahami dan menguasai regulasi dan prosedur di Bank Indonesia guna menyampaikan informasi akurat dan tepat kepada stakeholder. Tidak hanya berupa informasi dan edukasi, beragam kebutuhan stakeholder harus ia layani seperti keluhan. Untuk itu, dibutuhkan *Problem Solving Skill* dari menganalisa hingga menyampaikan solusi tepat dalam memberikan kualitas pelayanan yang optimal. Kompetensi lain yang tidak kalah penting, yakni *Interpersonal Skill*. Dalam *Interpersonal Skill* terdapat *Clear Communication Skill*, *Empathy*, dan *Emotional Intelligence* untuk membantu Pury menghadapi beragam situasi dan permasalahan stakeholder.

Kacamata menjadi salah satu atribut penting dalam dunia fashion untuk menunjang penampilan. Hal tersebut juga berlaku bagi Pury, kacamata stakeholder terhadap pelayanan yang diberikan menjadi atribut penting untuk bahan evaluasi. Bank Indonesia memiliki stakeholder dengan latar belakang yang beragam sehingga permasalahan yang ditangani pun bermacam-macam. Salah satunya adalah pengalaman stakeholder publik bernama Bapak Iqbal, beliau mengajukan keluhan terkait penolakan penukaran UPK 75 di perwakilan Bank Indonesia Batam melalui online meeting Webex. Penolakan penukaran UPK 75 tersebut terjadi karena beliau menerima informasi yang kurang update sehingga batas penukaran sudah ditutup. Namun, beliau sangat membutuhkan penukaran UPK 75 untuk hari raya Idul Fitri dan sudah berada di kantor perwakilan Bank Indonesia Batam pada saat itu.

Dari permasalahan tersebut, Pury melihat bahwa kebutuhan pelayanan yang dibutuhkan Bapak Iqbal diilustrasikan dengan *LUXURY, Love and Extraordinary*. Diambil dari kata Love, yaitu Listen dimana beliau butuh didengarkan dan dipahami dengan baik. Lalu, Overcoming dibutuhkan untuk mengatasi permasalahan Bapak Iqbal. Dengan bersikap proaktif dan bijak, stakeholder need to feel Valued agar merasa dihargai. Sebagai Customer Service, Empathy sangat dibutuhkan agar stakeholder merasa situasinya dipahami. Setelah itu, Bapak Iqbal juga membutuhkan *Extraordinary Service*, Pury berkoordinasi dengan kantor perwakilan BI Batam untuk menindaklanjuti masalah tersebut. Lalu, ia menerima feedback bahwa Bapak Iqbal akan dilayani besok oleh PIC secara langsung. Keluhan Bapak Iqbal dapat terselesaikan dengan cepat setelah berkoordinasi dan kontribusi dari berbagai pihak. Sesuai dengan motto yang ia pegang, yaitu *“Always give people more than what they expect to get.”* Pury dapat menyelesaikannya dengan less time more effort.

## Cerita Pemenang Platinum

Sebagai seorang Customer Service, berpikir kreatif dan inovatif merupakan hal penting yang harus ia miliki untuk menyelesaikan masalah. Ada tiga kreativitas yang ia miliki untuk menangani permasalahan dari Bapak Iqbal. Kreativitas pertama *Wrap Up Solutions*, yaitu membuat stakeholder tenang dengan memberikan empati serta memberikan jaminan kepastian penyelesaian masalah di saat permasalahan tidak dapat diselesaikan dan membutuhkan koordinasi.

Bank Indonesia memiliki beberapa departemen dan juga kantor perwakilan di seluruh Indonesia. Oleh karena itu, Pury memiliki kreativitas *Well Organized* dengan membuat file PDF berisi daftar PIC agar dapat berkoordinasi dengan mudah. Dengan *Well Organized*, ia dapat melakukan eskalasi dengan cepat karena data tersimpan dengan rapi. Tidak hanya itu, ada juga kreativitas *Support Tools* dimana ia melakukan survei terhadap pelayanan melalui link Google Form yang ia bagikan di akhir percakapan online meeting Webex. Tindakan kreativitas ini dapat membantu Pury untuk melakukan perbaikan atau evaluasi pelayanannya.

Dari ketiga kreativitas yang dilakukan oleh Pury, ternyata membawa dampak yang positif pada pengalaman stakeholder. Kreativitas *Wrap Up Solutions* ini memberikan kesan yang *Unforgettable*, lalu kreativitas *Well Organized* ini mampu menimbulkan trust dari stakeholder untuk menyelesaikan permasalahannya. Selain itu, ketiga kreativitas yang ia lakukan tersebut membawa dampak yang baik terhadap peningkatan *Customer Engagement*. Hal ini menjadi kontribusi nyata dari BI Bicara khususnya Bank Indonesia yang dibuktikan dengan penghargaan yang diperoleh Bank Indonesia.

Kompetensi hingga kreativitas yang ia miliki tidak membuat

## Cerita Pemenang Platinum

Pury berpuas diri, ia tetap melakukan pengembangan diri untuk meningkatkan kemampuan dan inovasi sebagai Customer Service. Banyaknya regulasi yang dimiliki Bank Indonesia hingga beragam stakeholder yang ia tangani, membuat Pury memiliki motivasi *Never Stop Learning* dari berbagai macam platform seperti BI Mobile, kontan.co.id, serta komunitas belajar bahasa Inggris Toast Master untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris.

Demi meningkatkan produktivitas kerjanya, Pury memastikan bahwa ia menjaga keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi melalui kegiatan running untuk menjaga gaya hidup yang sehat. Selain itu, ia juga menjadi *Brand Ambassador* sosial media Bank Indonesia serta dipercaya memberikan informasi tentang kebijakan-kebijakan Bank Indonesia pada kegiatan edukasi publik seperti festival ekonomi digital.

Semua pengembangan diri yang ia lakukan pastinya membawa dampak positif terhadap pencapaian kinerjanya. Dapat dilihat selama 6 bulan terakhir, *QM Score* yang ia miliki selalu konsisten mengalami peningkatan dengan rata-rata 96% dari target 90%. Selanjutnya, *CRM Accuracy* yang ia capai 97,67% dari target 90% yang dinilai dari ketepatan melakukan Reporting dan penggunaan CRM. Tidak hanya itu, selalu hadir sesuai jadwal yang ditetapkan selalu ia lakukan sehingga dalam *Attendance* ia mencapai angka sempurna 100%. Berkat pengembangan diri *Never Stop Learning* yang ia lakukan membuat ia mencapai nilai Quiz dengan rata-rata 97% dari target 85%.

Untuk dapat mempertahankan hasil kinerja yang telah ia capai, Pury memiliki tiga motivasi pengembangan yang ingin dilakukan. Pertama, ia ingin turut berkontribusi BI Bicara untuk Go International dalam ajang *Contact Center World*. Selanjutnya, *Role Model*

## Cerita Pemenang Platinum

*Contact Center Public* yang menjadikan BI sebagai inspirasi bagi banyak orang dengan mengikuti ajang *Contact Center World*. Motivasi terakhir, yaitu *next level career* untuk dapat berkarier di Bank Indonesia yang ia dapatkan dari pepatah yang berbunyi, “*setiap anak tangga pasti memiliki anak tangga yang lebih tinggi*”



## *Debora Sharon Susanto*

The Best Customer Service  
PT Bank Central Asia, Tbk



### **Misi Petualangan Customer Service, “*Diego to the Rescue*”**

**D**ebora Sharon Susanto atau yang biasa dipanggil Debora adalah seorang lulusan S1 Ekonomi Akuntansi Universitas Trisakti. Wanita yang lahir di Surabaya ini mulai bergabung pada Contact Center BCA pada bulan Januari 2019 sebagai Customer Service atau *SNB (Sis N Bro) Digital Assistant & Banking Relation*. Transaksi perbankan secara self service dapat dilakukan melalui layanan digital. Saat ini sudah banyak tersedia mesin yang mumpuni untuk bertransaksi seperti mesin setor tarik tunai, pembelian kartu Flazz, pergantian kartu ATM hingga layanan video banking.

Sebagai seorang Customer Service, ia dipercayakan untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab. Sebuah peta dibutuhkan untuk mengarahkan perjalanan Debora agar mencapai tujuan dengan tepat. Mencatat mulai dari registrasi hingga keluhan merupakan tugas Debora dalam mencatat data pelayanan nasabah. Selanjutnya, ia memiliki tugas untuk mengantarkan nasabah ke mesin-mesin layanan digital BCA. Tidak hanya itu, ia juga

menangani pelayanan informasi dan edukasi serta memberikan memberikan solusi yang tepat sesuai kebutuhan nasabah.

Untuk dapat menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sebagai Customer Service, ia membutuhkan perbekalan seperti kompetensi yang mumpuni. Debora memiliki beberapa kompetensi untuk menghadapi rintangan yang ada. Untuk dapat menjalankan tugasnya, ia memiliki kompetensi *Customer Focus* guna selalu fokus untuk memberikan solusi yang tepat kepada nasabah. Selanjutnya, *Digital Savvy*, yaitu terus mencari tahu dan memperdalam kemampuan dalam penggunaan fasilitas mesin-mesin, gadget hingga teknologi terkini. Mengirimkan informasi hingga edukasi perlu ia lakukan kepada nasabah agar dapat mempunyai satu pemikiran yang sama sehingga kompetensi *Communication Skill* pun ia miliki.

Sebagai seorang Customer Service, tentunya Debora telah memiliki banyak pengalaman pelanggan. Baginya, pengalaman pelanggan ini merupakan sebuah misi petualangan yang ia namakan Diego to the Rescue. Pada hari minggu di bulan Februari 2022, dimana pada saat itu layanan BCA sedang ramai. Ada seorang nasabah yang terus memperhatikan Debora namun tidak menghampirinya. Setelah Debora menyelesaikan antrean yang ada, ia menghampiri dan menyapa untuk menawarkan bantuan kepada nasabah tersebut. Namun, pertanyaan dari Debora tidak kunjung dijawab oleh nasabah yang sibuk mengetik sebuah pesan di handphonenya. Tak lama, nasabah berdiri dan memberikan sebuah catatan yang membuat ia terkejut. Agar dapat menyampaikan permasalahan dengan lebih leluasa, akhirnya Debora mengajak nasabah ke tempat yang lebih private untuk berdiskusi.

Ada beberapa poin terkait kebutuhan pelanggan setelah Debora

membaca catatan kronologis tersebut. Nasabah yang disebut dengan Diego ini, merupakan seorang pengusaha mainan anak-anak. Kesulitan berkomunikasi dirasakan oleh Diego karena dirinya berkebutuhan khusus, yaitu tuna rungu. Diego merupakan korban kejahatan dari kloning nomor handphone yang disalahgunakan untuk peminjaman dana atas namanya dimana nomor tersebut terhubung dengan layanan mobile banking BCA. Nasabah ingin melakukan penonaktifan nomor lama dan mengkonfirmasi satu nomor aktif yang terdaftar.

Untuk dapat membantu nasabah, Debora akan melakukan kreativitas yang ia sebut dengan AHA di antaranya, yaitu Analisa akar permasalahan, Hubungkan ketentuan SOP berlaku, dan Akhiri dengan tuntas. Dalam analisa akar permasalahan, ia mengelompokkan terlebih dahulu permasalahan ini kasus baru atau yang berulang-ulang terjadi. Kasus penonaktifan nomor handphone ini pernah terjadi, namun menangani nasabah berkebutuhan khusus menjadi hal yang baru bagi Debora. Setelahnya, ia mulai mencatat poin penting dan menunjukkan empati untuk mengidentifikasi kebutuhan nasabah dan mengklarifikasi kebutuhan nasabah.

Setelah itu, ia menggunakan kreativitas yang kedua, yaitu hubungkan ketentuan SOP berlaku dengan menjelaskan prosedur untuk penonaktifan nomor handphone. Nasabah diarahkan untuk menggunakan fasilitas video banking secara personal dengan Customer Service Halo BCA. Namun, Diego tidak dapat berkomunikasi atau menyampaikan dan memahami apa yang disampaikan oleh Customer Service BCA.

Debora meminta izin supervisi pada atasan untuk melakukan pendampingan nasabah saat transaksi di layanan video terkait kendala tersebut. Namun, mengingat verifikasi nasabah melalui layanan

video merupakan layanan bersifat personal dan rahasia karena diperlukan informasi pribadi nasabah. Akhirnya Debora mengusulkan tentang surat pernyataan tanda persetujuan nasabah yang berisi bahwa nasabah berkenan untuk pendampingan dan menulis informasi pribadi dengan benar. Sebagai SNB perwakilan BCA, ia berkomitmen menjaga kerahasiaan data nasabah sesuai undang-undang perbankan yang berlaku dan bertugas membacakan informasi tersebut. Setelah itu, Debora membantu menyelesaikan transaksi perbankan Diego setelah mendapat persetujuan dari pihak nasabah dan atasan.

Akhiri dengan tuntas menjadi salah satu kreativitas terakhir yang ia lakukan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Ia memastikan bahwa nasabah memiliki dan menggunakan satu nomor yang terhubung pada mobile bankingnya. Tidak hanya itu, ia melakukan klarifikasi kesesuaian solusi yang telah diberikan serta mengingatkan nasabah untuk menjaga kerahasiaan data di tengah maraknya penipuan atas nama BCA. Debora juga memberikan informasi kepada nasabah terkait pembaruan data dapat dilakukan melalui aplikasi My BCA.

Permasalahan yang diselesaikan Debora menggunakan kreativitasnya ini tentunya membawa dampak positif. Untuk nasabah, Diego merasa terbantu dan dihargai karena diproses dengan cepat hanya dalam waktu kurang dari satu jam. Nasabah merasakan adanya apresiasi karena telah diperlakukan setara dengan nasabah lainnya dan nasabah mengapresiasi layanan BCA yang sangat menjaga data para nasabahnya. Selain itu, hal ini menjadi pelajaran yang berharga untuk BCA dalam mewujudkan komitmen nyata dalam mendukung program SDGs untuk selalu memberikan layanan optimal kepada seluruh nasabah tanpa membedakan. Serta bagi dirinya secara pribadi, menjadi bermanfaat hingga membantu

menyelesaikan permasalahan nasabah bahkan mendapatkan *feedback* positif merupakan healing yang sesungguhnya.

Namun, perjalanan yang ia lakukan tidak cukup sampai disitu saja, Debora melakukan beberapa pengembangan diri baik secara *explore knowledge*, skill dan experience. Untuk *Explore Knowledge*, ia mengembangkan kemampuan dalam *Communication Skill* dan *Digital Savvy* dengan mengambil e-learning teknik presentasi dan *Becoming A Digital Native*. Melakukan morning briefing untuk terus update perkembangan terkini dengan rekan kerja juga ia lakukan, serta berkomitmen untuk mendengarkan one day one podcast dan one day one article. Dalam *Explore Skill*, ia dipercayakan untuk menjadi MC, host hingga moderator dalam event BCA maupun diluar BCA. Oleh karena itu, ia mengambil sertifikasi Wealth Planner untuk meningkatkan kredibilitas dan kepercayaannya. Sedangkan dari sisi *explore experience*, Debora bergabung dalam komunitas tangan pengharapan & ICI yang fokus dalam perkembangan anak-anak khususnya di Indonesia Timur. Tidak hanya itu, untuk mendukung gerakan anti hoax dan modus penipuan di dunia digital, ia bekerja sama dengan Siberkreasi.

Dengan segala kreativitas hingga pengembangan diri yang ia lakukan membawa dampak baik terhadap pencapaian kinerjanya. Sebagai Customer Service, dalam produktivitas ia dipercayakan untuk membuka sebanyak 60 rekening setiap bulannya. Terbukti bahwa Debora mampu secara konsisten melampaui target yang telah ditentukan tersebut selama 6 bulan terakhir. Untuk kehadiran, Debora selalu berkomitmen untuk hadir 30 menit sebelum waktu yang ditetapkan. Debora selalu memastikan untuk memberikan informasi yang akurat kepada nasabah, sehingga ia mencapai target yang ditentukan dalam Akurasi Informasi. Tidak hanya itu, bekerja sama dengan CS Halo BCA serta selalu

## Cerita Pemenang Platinum

mengkonfirmasi kesesuaian solusi dan menanyakan kembali layanan yang dibutuhkan nasabah dalam *Customer Satisfaction*.

Debora memiliki tiga motivasi untuk terus mempertahankan kinerja yang dicapai. Pertama, ia ingin menjadi influencer yang aktif di media sosial dengan membuat konten edukasi nasabah dalam hastag #DibikinSimpel #AntiHoaks. Selanjutnya, ia juga ingin meningkatkan sertifikasinya dalam *Certified Wealth Manager Association (CWMA)*. Dan terakhir, ia memiliki motivasi untuk menjadi The Next Leader Contact Center BCA untuk mencetak generasi leader berikutnya.

## Bastian Yusron Ahlal Manani

The Best Back Office  
KLIP DITJEN PAJAK - KEMENKEU



### Improvisasi Pelayanan dengan *Queen Service*

“*K*ring Pajak dengan saya Bastian, selamat pagi,” merupakan bait pertama yang dinyanyikan mantan vokalis band saat dering telepon berbunyi. Pria berkelahiran 16 Oktober 1996 ini telah bergabung dengan Direktorat Jenderal Pajak sejak Mei 2019 sebagai Agent Back Office Kring Pajak 1500200. Seorang lulusan D3 Pajak PKN STAN ini menjadikan meja kubikel sebagai panggung yang mana ia bernyanyi, serta peralatan di meja menjadi alat musik yang mengiringi nada dan lirik.

Layaknya sebuah panggung, seorang Agent Back Office harus menyajikan sebuah *intro*, *reff*, dan *ending* terbaik. Bagian-bagian tersebut merupakan sebuah alur dari tugas dan tanggung jawab yang ia miliki sebagai Agent Back Office. Pada bagian *intro*, ia mengawali tugasnya dengan melakukan input pengaduan ke dalam sistem berdasarkan hasil penerimaan dan analisis pengaduan wajib pajak. Di bagian *reff* atau inti, Bastian bertugas untuk melakukan mediasi dan koordinasi antara pelapor, terlapor, dan unit terkait untuk menemukan solusi atas pengaduan wajib pajak. Setelah itu, ia melakukan tugas *Call Back* guna menyampaikan hasil tindakan lanjut dari pengaduan wajib pajak pada bagian *ending*.

Untuk dapat memberikan performa terbaik pada tugas dan tanggung jawabnya, Bastian menguasai beberapa kompetensi. Untuk dapat menunjang tugas tersebut, ia harus menguasai keahlian aransemen (aturan sekaligus implementasi), ahli instrumen (interpretasi dan *re-story* ke dalam dokumen), dan intonasi (internal koordinasi dan negosiasi). Sebagai Agent Back Office Kring Pajak, tidak hanya menguasai ribuan peraturan perpajakan yang kompleks serta dinamis. Namun ia juga harus mengimplementasikannya di lapangan. Dalam interpretasi dan *re-story* ke dalam dokumen, Bastian harus ahli dalam menerima dan menganalisis keluhan serta menceritakan kembali ke dalam sebuah narasi pengaduan secara lengkap dan sistematis agar pengaduan dapat diselesaikan dengan efektif dan efisien. Internal koordinasi dan negosiasi, yaitu ia melakukan negosiasi dengan wajib pajak secara tepat dan cermat dan berkoordinasi dengan unit terkait guna memperoleh alternatif penyelesaian.

Sebagai Agent Back Office, tentunya Bastian memiliki banyak pengalaman pelayanan dengan wajib pajak. Salah satunya terjadi pada 22 Juni 2022, ia menerima sebuah pengaduan dari wajib pajak bernama Ibu Ani yang merupakan admin pajak dari PT Melodi Indonesia. Permasalahan pengaduan yang dirasakan oleh wajib pajak berasal dari peraturan baru yang mengatur batas waktu upload faktur pajak. Pada peraturan sebelumnya, faktur pajak bisa di upload pada akhir bulan berikutnya. Semenjak peraturan baru ditetapkan wajib pajak harus mengupload faktur paling lambat tanggal 15 bulan berikutnya, jika melanggar peraturan tersebut akan ada sanksi dan denda. Ibu Ani membuka pengaduan dengan penuh emosional, dengan tetap tenang Bastian menggali akar permasalahan pengaduan Ibu Ani.



Permasalahan yang terjadi pada Ibu Ani ternyata mengenai ketelatan mengupload faktur pajak yang memiliki nilai transaksi mencapai 10 Milyar. Keterlambatan mengupload faktur pajak ini diketahui saat wajib pajak menerima surat tagihan pajak sebesar 100 juta oleh KPP. Atas kejadian tersebut, perusahaan menuntut ganti rugi kepada Ibu Ani. Pengaduan yang penuh emosional ini tiba-tiba hening dan terdengar suara tangisan dari Ibu Ani yang menandakan perasaan marah, frustrasi dan sedih. Suasana yang ditimbulkan tersebut membuat Bastian sulit untuk menggali informasi dan data pengaduan secara lengkap. Oleh karena itu, ia perlu melakukan improvisasi agar permasalahan dapat terurai jelas.

Untuk mengatasi hal tersebut, ia memiliki beberapa kreativitas yang akan dilakukan. Pertama, *Reduce The Distortion*, yaitu dengan memberikan waktu tambahan untuk Ibu Ani mengeluarkan kekecewaannya. Penurunan emosi Ibu Ani ini membutuhkan waktu 15 dari 30 menit hingga reda, lalu ia memberikan empati agar Ibu Ani merasa tenang dan nyaman serta jaminan penyelesaian masalah yang dialaminya. Hal tersebut dapat memudahkan Bastian untuk melengkapi informasi dan data pengaduan agar tindak lanjut menjadi lebih cepat.

Untuk menjaga kepercayaan dan improvisasi yang telah ia bangun dengan Ibu Ani, ia melakukan kreativitas kedua, yaitu *Increase The Tempo*. Selama ini, komunikasi resmi dilakukan pada sistem pengaduan namun hal ini tidak berjalan maksimal karena komunikasi dua arah membutuhkan antrean dan memakan banyak waktu untuk dapat ditanggapi pihak terkait. Biasanya, tempo penyelesaian pengaduan ini membutuhkan waktu 54 hari. Dengan rasa empati dan tanggung jawab yang Bastian miliki, ia melakukan *Increase The Tempo* guna meningkatkan tempo pengajuan dari 54

hari menjadi 2 hari. Untuk melakukan hal tersebut, ia menghubungi petugas KPP melalui WA untuk mencari fakta dan opini yang ada. Dari hasil komunikasi tersebut, diketahui bahwa pada tanggal 4 April sosialisasi secara daring dilakukan dan PT Melodi Indonesia diwakili oleh Bapak Budi berdasarkan data kehadiran. Namun, di tengah pertemuan daring, Bapak Budi sempat *leave meeting* dan *join* kembali. Hal tersebut bisa menjadi indikasi penyebab terjadinya *missed* informasi. Dengan mengantongi bukti dan informasi tersebut, Bastian segera menghubungi Ibu Ani guna menyampaikan hasil tindak lanjut serta meluruskan kronologi sebenarnya.

Selanjutnya, ia melakukan tindakan kreativitas ketiga yang disebut dengan Harmony. Hak dan kewajiban menjadi dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Sebuah denda senilai 100 juta menjadi kewajiban yang harus dituntaskan oleh PT Melodi Indonesia. Berdasarkan hak dan kewajiban yang telah ia buat, Bastian menyampaikan bahwa perusahaan memiliki hak untuk mengajukan pengurangan atau penghapusan sanksi administrasi secara hukum. Dengan menyesuaikan hak dan kewajiban akan menyempurnakan harmoni antara wajib pajak Direktur Jenderal Pajak.

Dengan tindakan improvisasi dan kreativitas yang telah ia lakukan, Bastian dapat mewujudkan *Queen Services (Quick, Effective, dan Perfect Ending)*. Dalam pelayanan *Quick*, sebelumnya ia memiliki rata-rata waktu 3,5 hari untuk penyelesaian pengaduan namun, berubah menjadi lebih cepat, yaitu 2,5 hari. Lalu pelayanan *Effective* ia dapatkan setelah memberikan waktu tambahan yang berdampak pada komunikasi yang terbuka dan kepercayaan dari wajib pajak sehingga memudahkan Bastian untuk menggali informasi dan data pengaduan dengan lengkap secara cepat. Ia juga menciptakan *Perfect Ending* guna membantu Ibu Ani bebas

dari tuntutan ganti rugi perusahaan serta memberikan solusi kepada perusahaan agar tidak menanggung denda. Lalu, berkat kemampuannya memberikan informasi dan solusi yang akurat, DJP tidak dituntut oleh wajib pajak. Untuk menghindari kejadian serupa terulang kembali, unit terkait menyiapkan website khusus agar wajib pajak dapat mengakses informasi secara *update*.

Seperti Freddie Mercury, Bastian juga berusaha menjadi legenda pada panggungnya sendiri. Oleh karena itu, penting baginya untuk melakukan beberapa pengembangan diri untuk menambahkan dan meningkatkan kemampuannya. Rutin mengikuti pelatihan perpajakan dapat membantunya menyelesaikan permasalahan sesuai peraturan perpajakan. Setelah itu, ia berlatih dan berbagi dengan mengikuti seminar agar membantu dirinya cepat beradaptasi dalam melayani wajib pajak. Melalui organisasi sosial, yaitu Forum For Indonesia, ia dapat meningkatkan empati dalam melayani dan menangani keluhan wajib pajak.

Kompetensi, kreativitas dan pengembangan diri membawa keberhasilan dalam pencapaian kinerjanya. Untuk disiplin, ia selalu berada di rata-rata 100% selama 6 bulan terakhir. Kemampuan Bastian dalam reinterpretasi dan menarasikan kasus pengaduan, membawanya melampaui target Customer Relationship Management rata-rata 100% dari 95%. Dengan penyelesaian satu kasus pengaduan rata-rata 2,5 hari, ia juga mencapai Average Handling Complaint. Lalu, Index Of Quality yang ia berikan terkait narasi pengaduan dan penyampaian solusi mencapai rata-rata 97% dari target 93%. Berkat pencapaian kinerja yang luar biasa dari Bastian, ia menerima beberapa penghargaan seperti, Best Agent Back Office Kring Pajak, Best Smiling Voice Of The Year hingga dipercaya untuk mewakili instansi dalam ajang The Best Contact Center Indonesia 2022.

## Cerita Pemenang Platinum

Banyaknya pencapaian kinerja hingga penghargaan yang diterima Bastian, puas bukanlah sebuah kata yang tepat. Ia tetap memiliki motivasi pengembangan untuk berkembang dan memenuhi kebutuhannya. Motivasi pengembangan yang pertama, yaitu melanjutkan pendidikan S2 di luar negeri guna meningkatkan pengetahuan dan kemampuannya. Lalu, kelas menulis karya ilmiah untuk mempertajam kemampuan analisis dalam membantu menguraikan, menarasikan hingga menarik kesimpulan dalam penyelesaian. Tidak hanya itu, DJP diketahui telah bekerja sama dengan 71 negara dalam pelaksanaan perpajakan internasional, oleh karena itu, ia juga memiliki motivasi pengembangan dengan pelatihan mengikuti bahasa asing.

## Ananda Prasetiya

The Best Team Leader Digital  
PT PLN (Persero)



## Mengubah *Rate* Negatif Menjadi Positif dengan *Digital Infinity Pathways*

Pria berkelahiran 7 Mei 1989 ini menjadi Team Leader Digital Contact Center PLN 123 sejak bulan November 2012. Kecanduan penggunaan media sosial yang tinggi di Indonesia ini harus disokong dengan kebutuhan adanya listrik, sebagai Team Leader Digital Contact Center PLN ia berkomitmen untuk selalu melayani dengan prima melalui platform digital PT PLN Persero. Berkat pendidikan dengan basic teknik pemesinan, membuat Ananda Prasetiya memiliki mental dan integritas yang kuat sehingga ia mampu untuk selalu konsisten dalam menjaga ritme pelayanan dan perkembangan tim.

Saat ini sudah tercatat di angka 1,5 juta untuk pengguna e-mail, Facebook, Twitter, Instagram, dan live PLN 123. Untuk menyikapi hal tersebut, Ananda sebagai Team Leader Digital akan memberikan *influence* kepada team member serta meningkatkan *Engagement Rate*. Sebagai Team Leader Digital, ia mengemban beberapa tugas dan tanggung jawab salah satunya, yaitu *Auto*

*Correct*, dimana ia melakukan pengawasan dan menjadi *Auto Correct* untuk mencegah kesalahan yang berpotensi viral demi menciptakan layanan yang baik tanpa cacat. Tugas dan tanggung jawab lainnya, yaitu *Mbps* yang menjadikan Ananda sebagai Team Leader yang memiliki kecepatan segesit *Mbps* dalam memberikan supervisi kepada Agent serta berkoordinasi dengan berbagai divisi dan unit PLN lainnya. Selanjutnya, *Feed* ialah sebuah report yang ia olah dan sajikan kepada Team Member setiap periode harian, mingguan, dan bulanan. Hal ini berguna untuk mengetahui pencapaian secara real time dan update dalam proses improvement, sehingga peringkat Best Team akan selalu mengikuti team Ananda.

Sebagai Team Leader Digital PLN 123, Ananda Prasetya memiliki *Three Competencies of Effective Digital Leader* yang ia kuasai untuk membentuk tim dengan *High Performance Story* merupakan salah satu fitur instagram yang digunakan untuk menunjukkan aktivitas terkini, hubungan tersebut dengan kemampuannya, yaitu sebagai pemegang tahta social skill tertinggi dalam meningkatkan layanan platform digital. Pada Story, dilengkapi dengan *Flexibility* dan Initiative dalam pengawasan dan *Critical Thinking* membuat teknik report yang ia lakukan diandalkan sebagai media literasi kinerja agent dalam literasi digital.

Selanjutnya, Boomerang, yakni efek yang dipakai para pengguna story untuk video singkat dengan gerakan yang berulang. Efek tersebut membuat ia sukses untuk menginspirasi orang lain secara aktif dan kreatif serta menguasai seluruh produk PLN. Dengan kualitas kemampuan *Information Literacy* dan *Communication Skills* yang solutif sehingga ia berhasil membuat Agent nyaman dan tenang dalam melayani. Tidak hanya itu, ada Insight yang memiliki korelasi skill Managing People dan Team Development

## Cerita Pemenang Platinum

pada dirinya. Ia mampu melacak dalam skala produktivitas, kualitas, dan profitabilitas Team Member terhadap target perusahaan. Selain itu, ia mampu membuat tim terbagi secara efektif dan mencegah terjadinya penumpukan permasalahan dan tugas inefficient pada layanan digital PLN 123.

PLN selalu berkomitmen untuk menyediakan listrik hingga ke penghujung negeri. Salah satunya, yaitu Rasio Desa Listrik saat ini sedang berada di angka yang sempurna, yakni 100%. Komitmen PLN tidak hanya bisa dilihat dari hal tersebut saja, PLN juga selalu memperhatikan teknologi layanan terkini. Dengan layanan tanpa batas Digital Media PLN 123 sudah banyak pengguna yang merasakan tentang kemudahan layanan kelistrikan.

Untuk menjaga nama baik PLN, Ananda menjawab seluruh rate negatif untuk aktif dan produktif sehingga tercipta program kerja yang dikenal dengan *Digital Infinity Pathways* yang diimplementasikan dan menjadi kunci keberhasilan kerja. Program kerja ini terbentuk berdasarkan tiga rate negatif dalam layanan digital PLN 123, yaitu *Tacenda*, *WFH Syndrome*, dan *Playback Speed*. *Tacenda* merupakan publikasi ilegal atau cacat yang disebabkan oleh typo Agent yang kurang fokus dalam melayani pelanggan serta SOP PLN yang dinamis penuh promo dan matematis. Hal ini menonjol di pertengahan tahun 2021, dari rata-rata 33.000 postingan per bulan persentase kejadian sekitar 3% atau 990 kasus berpotensi viral di PLN. Oleh karena itu, ia memblokir typo dan meningkatkan FCR di atas target perusahaan 90% untuk mencegah hal tersebut.

Selama dua tahun penerapan WFH, *WFH Syndrome* ini berdampak pada kurangnya rasa peka agent terutama kedisiplinan dalam ketepatan hadir sehingga beban kerja tidak merata antar agent.

## Cerita Pemenang Platinum

Pada tahun 2021 tercatat rata-rata satu tahun 88,7% persentase keterlambatan terjun bebas di bulan Maret dan Juni. Hal ini membuat Ananda menjadikan ketepatan hadir sebagai perbaikan selanjutnya. Lalu, *Playback Speed* dimana demotivasi menjadi faktor yang mengakibatkan peningkatan average response time atau waktu tunggu pelanggan untuk dapat dengan agent. Hal ini berisiko untuk meningkatkan hate speech pada platform digital, pada bulan November mencapai titik tertinggi, yaitu 29 sec. Menurut Ananda, hal ini tidak dapat diabaikan sehingga ia menetapkan pencapaian average response time maksimal 13 sec.

Tiga rate negatif di platform media sosial tahun 2021 yang ia sebutkan tersebut ditunjukkan oleh data. Pada kondisi *Tacenda* dapat dilihat dari grafik tahun 2021, penurunan First Contact Resolution tertinggi pada bulan Juli sekitar 75% dari target 90%. Hal tersebut terjadi karena peningkatan typo yang terjadi dalam skala 3-4% atau setara kesalahan 1000 postingan per bulan. Efek *WFH Syndrome* terlihat dari penurunan Adherence tertinggi terjadi pada bulan Juni, yaitu 84%. Untuk *Playback Speed*, pencapaian average response time tahun 2021 mencapai angka 25 sec. Penurunan tertinggi terjadi pada bulan November, yakni 29 sec, hal ini juga berdampak pada jumlah postingan yang hanya tercapai 110 dari target 150 postingan.

Dengan program kerja *Digital Infinity Pathways* ternyata mampu mengubah rate negatif menjadi positif. Hal ini didukung oleh tiga kreativitas yang dilakukan oleh Ananda dalam menjalankan program tersebut. Kreativitas Cheerful IG, yaitu memanfaatkan instagram untuk mengatasi typo transaksi agent dengan memodifikasi akun menjadi platform scholarship in social media. Para tim member akan diperkaya dengan konten produk bisnis PLN, review top 5 type of the day yang dipublish setiap hari.



## Cerita Pemenang Platinum

Sesi Q&A Interactive juga bertujuan untuk melatih fast respon dan anti typo agent.

Kreativitas kedua yang ia lakukan adalah *Breaking News*, yakni berinovasi menggunakan Facebook Live untuk mengatasi permasalahan ketepatan hadir. Setiap anggota tim akan dijadwalkan untuk menjadi host dalam kegiatan *Code of Conduct* yang dilaksanakan selama 15 menit sebelum waktu shift. Berita yang dibawakan berupa tegur sapa, review produk bisnis, dan *sharing care*. Lalu, report digital akan dipublish setiap akhir bulan yang berisi skor keterlambatan dalam mengikuti kegiatan COC. Ketentuannya berupa core i7, yaitu 1x terlambat target postingan bertambah 5%, core i5, yakni 3x terlambat target postingan bertambah 10%, dan core i3, yaitu lebih dari 3x terlambat target postingan bertambah 15%. Hal ini dilakukan untuk melatih tim mencapai Adherence yang sempurna.

Kreativitas ketiga, yaitu Upstream dengan membentuk ranking agent menjadi 3 level sesuai kecepatan pencapaian average response time terendah. Level tersebut dibagi menjadi 5g yang mana agent dengan AVT tertinggi, 4g untuk agent dengan AVT tertinggi kedua, dan 3g untuk agent dengan AVT terendah. Setelahnya, Ananda memberikan *extra time for coffee break* diluar jam ishoma dengan batas waktu sesuai ranking tersebut. Keutamaan Upstream, yaitu untuk *merefresh* dan *upgrade* stamina dalam melayani pelanggan.

Program *Digital Infinity Pathways* yang telah dijalani oleh Ananda ini dibuktikan dengan pencapaian kinerja yang luar biasa di tahun 2022. Kreativitas Cheeful IG berhasil dengan pembuktian dalam pencapaian target FCR 2022 yang naik hingga menembus angka 94%, kreativitas ini berhasil meningkatkan tim dan mencegah

typo sehingga menghadirkan layanan sempurna dari digital media PLN 123. Lalu, kreativitas *Breaking News* mampu menekan produktivitas tim pada ketepatan hadir sehingga Adherence 2022 berada di angka 100%. Melalui kreativitas *Upstream* ini mampu meningkatkan average response time menjadi 8,8 sec dan AVG Post menjadi 170 post.

Ada beberapa pengembangan diri yang telah ia lakukan sebagai Team Leader. Pengembangan diri pertama, yaitu *Digital Inheritance* dengan mengikuti training digital leadership yang terupgrade setiap tahun dapat membuat ia mahir dalam membangun dan mengembangkan digital tim. Lalu, *Digital Literacy* dimana dengan menyelam aktif di sosial media menjadi cara bagi Ananda untuk memperkaya diri sehingga dapat menyajikan informasi menarik dan memotivasi kinerja tim. *Digital Ethics* dengan bergabung dalam komunitas digital serta rutin mengisi konten sosial media dalam waktu dua kali seminggu.

Setelah memiliki kompetensi, kreativitas dan pengembangan diri, akhirnya membawa Ananda kepada 4 pencapaian key *indicator* dalam periode Januari hingga Juni 2022. Fisik kuat dan komitmen tinggi melalui kreativitas dan pengembangan diri, membuat ia mampu mempertahankan presentasi Adherence dan Product Knowledge di angka sempurna 100%. Pencapaian selanjutnya dalam *First Contact Resolution* yang stabil dengan rata-rata 94%. Lalu, *Average Response Time* berhasil ia capai dalam angka 8.8 sec.

Untuk dapat terus maju dan berkembang, Ananda memiliki tiga motivasi pengembangan diri yang ingin dilakukan. Pertama, yaitu *Upper Advanced* dengan menjadwalkan setiap anggota tim menjadi pengisi konten dalam *e-book learning* dalam dua bahasa dan

## Cerita Pemenang Platinum

dijadikan sebagai acuan untuk melayani pelanggan. Lalu, *Break The Record* yang berarti melalui *coding* ia dapat merasakan manfaat teknologi dengan lebih nyata sehingga semua hal manual lebih efisien dilakukan dengan komputer. Hal tersebut juga dapat membuat ia berfikir secara sistematis dan terstruktur. Motivasi pengembangan diri terakhir, yaitu *HDMI Building* dengan mengikuti program karakter building bisa mengasah karakter jujur, disiplin, moral, dan inisiatif dalam menunjang kompetensi menghadapi tantangan.

*Ulfia Mamnuha Kamalika*

The Best Agent Digital Email  
Bank BTPN



## Melayani dengan Sentuhan Hati dan Gerakan Jari Jemari Melalui Sebuah Tulisan

Ulfia Mamnuha Kamalika bergabung dengan BANK BTPN sejak Maret 2020 sebagai Agent Digital Contact Center. Wanita yang lahir di Semarang pada tanggal 17 Juni 1996 berhasil menyelesaikan studi S1 Pendidikan Matematika di Universitas Negeri Semarang. Sebuah kutipan, *“Life doesn’t always go as planned. That’s the bad news, there’s also good news”* menjadi sebuah kenyataan dalam kehidupan pekerjaannya.

Sebagai Agent Digital Contact Center, *bad news* merupakan kesedihan dan kekecewaan nasabah atas produk dan layanan. Sedangkan *good news* adalah kekecewaan tersebut menjadi kesempatan bagi Ulfia untuk memberikan pelayanan terbaik dan memperbaiki kualitas diri. Ia ingat sebuah lagu dari Adera berjudul Catatan Kecil. Lagu tersebut berisi tentang refleksi kehidupan dan mengajak pendengarnya untuk bangkit dari kekecewaan karena ekspektasi yang tidak sesuai serta memberikan semangat untuk

## Cerita Pemenang Platinum

berbagi kebahagiaan dengan sesama. Semangat dari lagu Catatan Kecil mendorong Ulfia untuk selalu bisa mengatasi dan menghilangkan kekecewaan nasabah serta memberikan kebahagiaan melalui solusi yang ia miliki. Oleh karena itu, ia memberikan sentuhan hati dan gerakan jari jemari dalam merangkai kalimat untuk berinteraksi dengan nasabah melalui tulisan.

Ulfia memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai Agent Digital di antaranya, *Provide Useful Information*, *Allocate The Pointed Solution*, dan *Serve Customer With Omotenashi*. Bank BTPN memiliki layanan self service kepada nasabah untuk informasi yang dapat diakses tanpa batas, namun tugas *Provide Useful Information* dari *Agent Digital* sangat dibutuhkan untuk menyempurnakan pelayanan Bank BTPN dengan menyampaikan informasi melalui tulisan kepada nasabah. *Allocate The Pointed Solution*, yaitu memberikan solusi yang tepat dan bermanfaat kepada nasabah dengan memiliki pemahaman produk, prosedur dan cara berinteraksi. *Serve Customer With Omotenashi* juga merupakan tugas yang dimiliki sebagai Agent Digital, Ulfia harus melayani dari hati yang tulus dan peduli terhadap kebutuhan nasabah sehingga tulisan yang ia suguhkan tersampaikan ke hati nasabah.

Tugas dan tanggung jawab yang ia miliki tersebut harus dilakukan secara maksimal dengan kompetensi yang ia miliki. *Metacognitive Skills*, yaitu kesadaran untuk selalu berfikir lebih dalam saat memandang kejadian dan situasi, kemampuan ini membantunya untuk memecahkan masalah nasabah dengan lebih mudah. Ulfia selalu membiasakan dirinya untuk menulis setiap hari, dengan itu *Writing Ability* yang ia miliki sangat bermanfaat dalam pekerjaannya. Kemampuan ini membuatnya menjadi lebih mudah mengatur tata bahasa serta penggunaan kalimat positif ke dalam tulisan yang ia berikan kepada nasabah. Tidak hanya menulis, ia

juga senang dan terbiasa belajar untuk meningkatkan *Self Confidence*. Kemampuan *Self Confidence* tersebut menjadikan Ulfia lebih yakin dan percaya diri dengan solusi dan pengetahuan yang ia miliki.

Bekerja selama lebih dari dua tahun sebagai Agent Digital, permasalahan dan keluhan emosional yang berasal dari tulisan nasabah menjadi santapan rutin bagi Ulfia. Salah satunya permasalahan sensitif tentang uang yang hilang dari seorang nasabah bernama Ibu Sheila. Beliau membuat laporan bahwa ia memiliki pinjaman dan mengkonfirmasi sudah membayar pinjaman. Saat itu, saldo rekening yang ia miliki sudah terpotong akan tetapi status pembayaran pinjaman masih tertulis belum terbayar. Permasalahan yang dimiliki oleh Ibu Sheila merupakan masalah yang sensitif karena berkaitan dengan dana nasabah yang dipertanyakan dengan taruhan, yaitu kepercayaan nasabah yang berujung kekecewaan.

Melalui sebuah tulisan email yang dikirimkan oleh nasabah, Ulfia dapat menangkap bahwa dari isi pesan tersebut nasabah berharap ini bukan karena kesalahan pribadinya melainkan hanya kesalahan sistem. Tujuan utama dari nasabah saat menghubungi Agent Digital, yaitu menginformasikan bahwa nasabah sudah membayar pinjaman, menanyakan dimana keberadaan uang yang sudah terpotong dari rekeningnya, dan menanyakan mengapa status pembayaran masih tertulis belum terbayar. Sebagai Agent Digital, Ulfia menyadari hal yang dibutuhkan untuk menangani masalah tersebut, yakni dengan mengatasi emosi nasabah yang bercampur antara kesal, cemas, sedih serta memberikan kepastian tentang status pembayaran pinjaman yang sudah beliau lakukan. Prinsip "*Take a note to give a hope*" dijadikan oleh Ulfia untuk menangani masalah Ibu Sheila dengan catatan yang berisi poin-poin

permasalahan Ibu Sheila dapat menjadi panduan untuk mengambil tindakan dan memberikan solusi sesuai harapan nasabah.

Dengan rasa percaya diri, Ulfia menangani dan mengatasi masalah nasabah menggunakan tiga kreativitas yang ia miliki. Kreativitas pertama disebut *Handling The Bitter Emotions*, yaitu membantu menurunkan emosi nasabah dengan memberikan kalimat-kalimat *omotenashi* untuk meredakan kemarahan sehingga beliau bersedia menunggu hasil investigasi. Kreativitas kedua yang ia lakukan, yaitu *Examine The Basic Cause* dengan mengumpulkan semua data, melakukan pengecekan, dan berkoordinasi untuk mencari informasi terkait penyebab permasalahan Ibu Sheila. Lalu, *The Clear And Complete Solution* ialah menjelaskan hasil investigasi kepada Ibu Sheila bahwa uang pembayaran tagihan sedang dalam *on hold* untuk penyelesaian pembayaran, serta ia menjelaskan bahwa permasalahan tersebut terjadi murni karena kesalahan bank.

Ibu Sheila akhirnya mengerti alasan mengenai status pembayaran pinjamannya yang belum terupdate dengan informasi tersebut. Nasabah merasakan manfaat terhadap solusi yang diberikan oleh Ulfia, yaitu merasa lega karena telah mengetahui bahwa saldo rekening tidak hilang melainkan disimpan oleh Bank BTPN untuk proses pembayaran pinjaman. Tidak hanya itu, Ibu Sheila juga menjadi mengerti tentang *flow* penyelesaian pembayaran pinjaman mulai dari status dana *on hold* hingga pembayaran terupdate. Melalui permasalahan ini, Ulfia juga merasakan manfaat sebagai Agent Digital, ia menjadi semakin yakin atas langkah-langkah penyelesaian yang ia terapkan saat menangani permasalahan nasabah, yaitu tangani emosi dan logika maka semua masalah akan tuntas dengan indah.

Pengembangan diri menjadi salah satu hal yang penting dalam menunjang pekerjaan sebagai Agent Digital. Oleh karena itu, Ulfia telah melakukan beberapa pengembangan diri. Pengetahuan merupakan hal yang penting karena salah satu sumber masalah pelayanan berasal dari ketidaktahuan Agent untuk memberikan solusi berkualitas untuk nasabah. Mengenai hal tersebut, pengembangan diri yang ia lakukan adalah *Product Knowledge Update* dengan selalu *update product knowledge* melalui *knowledge management system* dari Bank BTPN. Pengembangan diri kedua, yaitu *Be a Service Ambassador*, ia dipercayakan menjadi *Service Ambassador* Bank BTPN dimana pengembangan tersebut sangat penting karena menjadi bukti nyata sebagai Agent yang melayani nasabah dengan sepenuh hati. Selanjutnya, *1000 Second Enjoying My Life* dengan menyisihkan waktu sesaat untuk sekedar mendengarkan musik dan kenikmatan hidup lainnya. Pengembangan diri tersebut membawa banyak inspirasi sehingga mampu memberikan energi untuk menjalankan rutinitas pekerjaan.

Pencapaian kinerja yang ia dapatkan ini berasal dari kompetensi hingga pengembangan diri yang telah ia lakukan. Selama 6 bulan terakhir, Ia selalu memiliki nilai di atas target dan konsisten naik setiap bulannya pada tabel KPI. Indikator dari KPI setiap bulan dilihat dari Productivity, Monitoring, Punctuality, dan Adherence. Untuk Productivity, ia berhasil mencapai di angka sempurna, yakni 4.5 dari target 3.0. Dalam kinerja Monitoring, ia mampu mencapai hingga 4.5 dari 4.0. Tidak hanya itu, ia juga menjaga stabil Punctuality di angka 4.0 dari target 3.5. Untuk Adherence, ia mampu mencapai dan stabil di angka 4.0 melalui komitmen yang ia miliki untuk fokus dengan pekerjaan.



## Cerita Pemenang Platinum

Ulfa memiliki tiga motivasi pengembangan diri untuk meningkatkan performa dalam pekerjaan serta memberikan kualitas pelayanan yang maksimal. Pertama, *Be Consistent As Championship And Service Star Club Holder*, yaitu pencapaian kinerja yang baik akan mendapatkan penghargaan *Championship* dari perusahaan. Penghargaan ini telah ia terima selama beberapa kali, namun ia ingin lebih konsisten lagi untuk mencapainya. Motivasi pengembangan diri selanjutnya, *Writing Skills Exercise*, yakni mendisiplinkan diri dengan menuliskan gagasan-gagasan ringan yang ada dipikirkannya. Terakhir adalah *Be A Self Manager* guna meningkatkan kontribusi dalam melayani nasabah, ia selalu membuat daftar pengetahuan dan keterampilan yang telah ia pelajari dan mempraktikkan satu per satu.

## Febri Kurniawan

The Best Agent Digital Media Sosial  
Indonesia Comnets Plus (ICONNET+)



## Pelayanan Optimal dari Sang Patriot Pelayanan

**S**iapa sih sekarang yang tidak tahu Youtube? Platform ini semakin populer karena dipengaruhi oleh kebiasaan masyarakat yang berubah, dimana mereka lebih tertarik untuk melihat konten interaktif berbentuk visual. Berlatar belakang Diploma Desain Komunikasi Visual di Politeknik Negeri Media Kreatif, Jakarta, Febri pun terjun dan aktif ke dalam dunia Youtube ini.

*“Agent contact center memiliki persamaan seperti youtuber karena kedua pekerjaan ini membutuhkan keahlian untuk meningkatkan kepuasan pelanggan,”* itulah kalimat yang menjadi anutan pria kelahiran Bekasi ini. Ia menjalankan pekerjaannya sebagai Agent Digital Social Media di ICON+, berbarengan dengan hobinya sebagai seorang *youtuber*. Dengan hobinya ini, ia mampu memproduksi dan mempublikasikan sebanyak 15 video pada channel Youtube pribadinya. Selain itu, ia juga memiliki total 171.560 *viewers*, serta lebih dari 1000 *subscriber* di channelnya tersebut.

Bergabung bersama ICON+ sejak September 2021 lalu, Febri

## Cerita Pemenang Platinum

merupakan seorang patriot yang selalu sigap melayani pelanggan setiap harinya. Tugas dan tanggung jawabnya sebagai agent digital ia tuangkan dalam sebuah VIDEO. Contact center dianggap sebagai sumber informasi, oleh karena itu ia harus memberikan *Valuable solution*. Hal ini berarti dengan kompetensi dan pengetahuan akan produk ICON+ yang dimiliki, Febri harus memberikan solusi sesuai kebutuhan pelaporan pelanggan.

Lalu, *Incredible analysis*, dimana ia harus memahami kebutuhan pelanggan, dengan cara mendengarkan, bertanya, menyimak, dan menggali. Hal ini dilakukan supaya Febri dapat mengerti maksud dan tujuan pelanggan, serta menindaklanjuti laporan sesuai harapan pelanggan. Terakhir, yaitu *Optimal guard*. Sebagai garda terdepan perusahaan, sikap yang ditunjukkan dalam melayani pelanggan akan mempengaruhi penilaian perusahaan. Maka, Febri harus optimal dalam menjaga nama baik perusahaan, dengan cara memberikan pelayanan prima dan mengutamakan kualitas pelayanan.

*Content* merupakan hal yang penting bagi seorang youtuber. Sama halnya dengan kompetensi yang dimiliki Febri sebagai agent digital social media, yang ia beri nama CONTENT. Ia dapat memahami permintaan pelanggan atau *Concern for Order* dengan menyimak laporan dan fokus atas kebutuhan yang disampaikan. Dengan kemampuan *Outstanding Product Knowledge*, ia mampu menganalisa laporan dengan percaya diri, serta meminimalisir kesalahan dalam penyampaian informasi dan solusi kepada pelanggan. Ia juga memiliki *Technique Questions*, dimana ia harus menggali informasi secara terstruktur untuk mengetahui pelaporan secara detail.

Lebih dari 1200 pelaporan yang diterima dari media sosial,

membuat Febri bertemu dengan berbagai karakter, komunikasi, serta kebutuhan pelanggan yang berbeda. Ada satu pengalaman menarik yang pernah ia terima pada Mei 2022 lalu, dimana pelanggan atas nama menghubunginya melalui layanan digital media sosial ICON+. Pelanggan tersebut terlihat sangat marah karena layanan ICON+ sering mengalami gangguan terutama dalam satu bulan belakangan. Bapak Kono berkata bahwa ia sudah tiga kali mengalami gangguan yang berlangsung selama sehari-hari dan selama itu juga tidak ada petugas yang datang untuk melakukan pengecekan. Beliau pun mencurahkan kekecewaannya atas layanan ICON+ dikarenakan jaringan internet sangat ia butuhkan untuk menunjang bisnis keluarganya. Bapak Kono pun mengancam untuk melaporkan hal ini ke media sosial jika gangguan yang dialami tidak kunjung ditangani.

Untuk menangani permasalahan tersebut, Febri harus fokus dan tenang dalam melayani pelanggan walaupun berada pada tekanan yang ada. Ia juga harus berempati karena hal ini dapat membuat pelanggan lebih leluasa dalam menyampaikan informasi dan permasalahannya. Selain itu, Febri juga menangani permasalahan ini dengan QUALITY, yakni *Quick Respon, Always Listening, dan Identify Problem*.

Tidak cukup hanya dengan Quality saja, sebagai Agent, ia juga dibantu dengan kreativitas yang disebut SCRIPT. Kreativitas ini terdiri dari beberapa poin, pertama ialah *Smart*. Berbekal dengan pengetahuan seputar produk dan bisnis ICON+, ia mampu mengidentifikasi permasalahan pelanggan dengan menggali informasi gangguan yang terjadi, serta melakukan edukasi penanganan awal. Ia memahami kondisi yang dialami oleh pelanggan, lalu menyampaikan permohonan maaf untuk menenangkan pelanggan dengan sikap *Caring* ini. Selanjutnya, ia

juga melakukan tindakan Preventif dengan mendahulukan laporan kepada tim back office dan memastikan agar teknisi mempercepat perbaikan di lokasi pelanggan.

Pelayanan yang melebihi ekspektasi tentunya akan selalu diingat oleh pelanggan. Hal tersebut dapat dilihat dari apresiasi yang diberikan oleh pelanggan, yaitu Grateful. Dalam hal ini, terlihat bahwa gangguan yang dialami oleh pelanggan tersebut dapat terselesaikan dengan waktu tiga jam. Beliau mengingat nama Febri dan menyampaikan ucapan terima kasih, serta permohonan maaf dikarenakan telah melaporkan kendalanya dengan penuh emosi. Lalu, Reliable, yaitu secara sigap memberikan pelayanan yang prima dengan mempercepat pelaporan yang seringkali terjadi ini. Hal ini akhirnya mampu menciptakan kembali kepercayaan pelanggan sehingga citra perusahaan menjadi lebih baik.

Sebagai bentuk evaluasi atas kinerja sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan, Febri melakukan tiga pengembangan diri yang disebut COMMENT. Pertama, *Community*, yaitu mengikuti komunitas *videography*, dimana ia jadi terbiasa untuk berinteraksi dengan orang lain. Hal ini tentunya dapat meningkatkan kemampuannya dalam menyimak pesan yang disampaikan oleh pelanggan. Kedua, ia mampu mengetahui kemampuan lawan ketika sedang berkompetisi, serta mengatur strategi yang tepat dengan *Playing Game*. Secara aktif membuat video membuat Febri dapat menampilkan konten yang terstruktur dan mudah dipahami. Dengan *Newscaster*, ia mampu menguasai banyak kosakata dan meningkatkan skill komunikasi untuk memberikan pelayanan yang terbaik.

Dengan segala kompetensi, kreativitas, dan perjuangan yang ia lakukan selama ini, membuat pencapaian kinerja atau KPI Febri

## Cerita Pemenang Platinum

selalu berada di atas rata-rata terutama pada periode Januari - Juni 2022. Pada parameter Attendance dan First Resolution Rate, ia berhasil mencapai nilai di angka 100%. Sedangkan pada Customer Attribute, Febri mampu meraih angka 94%, disusul dengan angka Respon Time, yaitu 0,3 menit.

Tentunya pencapaian kinerja yang optimal dapat diraih dengan kreativitas yang dapat mengubah visualisasi pekerjaan menjadi sesuatu yang menyenangkan. Hal ini dilakukan melalui langkah nyata dalam pelayanan yang disebut dengan VIEW, yakni *Versatile, Innovative, Energetic* dan *Wonderful*. Dengan ini, Febri berhasil meraih penghargaan Best Agent Digital Media Sosial pada bulan April 2022. Ia pun tidak cepat merasa puas dalam hal tersebut dan akan terus berkomitmen dengan bekerja keras untuk pencapaian KPI di bulan-bulan berikutnya.

Tidak hanya sampai disitu saja, walaupun Febri berhasil meraih Platinum pada kategori The Best Agent Digital Sosial Media pada TBCCI 2022, Febri memiliki motivasi untuk pengembangan dirinya dalam mencapai *service excellent*. Pengembangan diri tersebut terdiri dari *Learned Writing, King Analysis, dan Elevate Focus*. *Learned Writing* menjadikan Febri lebih baik lagi dalam membuat kalimat efektif sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh pelanggan. Dengan *King Analysis*, Febri juga dapat melatih dirinya dalam membedah buku sehingga ia mampu membuat laporan dan menentukan kategorinya secara cepat. Selanjutnya, *Elevate Focus*, yakni kemampuan fokus yang dibutuhkan oleh Febri dalam melayani tiga pelanggan dalam waktu yang bersamaan. Kegiatan ini menjadi salah satu cara melatih kemampuan fokus untuk mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan.

## Aniq Shofiyal Huda

The Best Team Leader Outbound  
PT Bank Central Asia, Tbk



## Target Tim Tercapai Maksimal dengan Program Kerja CHESS

Aniq Shofiyal Huda merupakan seorang lulusan studi di Universitas Negeri Semarang program studi Geografi Pemetaan. Pria kelahiran tahun 1997 ini bergabung dengan Halo BCA sejak bulan Maret 2019. Saat ini, ia ditugaskan di Gedung Wisma Halo BCA BSB Semarang sebagai Team Leader Outbound dalam layanan Digital Relationship Officer (DRO). Layanan DRO ini merupakan layanan outbound milik Halo BCA untuk menjalin relasi dengan nasabah baik digital, telepon atau *meeting online*. Tidak hanya itu, DRO juga merupakan layanan *multi services* dan *multi collaboration* yang berkolaborasi dengan beberapa divisi di BCA hingga bekerja sama dengan beberapa anak perusahaan BCA.

Sebagai seorang Team Leader Outbound, ia memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab yang harus ia jalani di antaranya, Develop Team, Motivate Team Members, dan Evaluate Progress dan Achieve Goals. Develop team, yaitu ia harus mengembangkan

timnya ke arah yang lebih baik. Tidak hanya itu, memberikan Motivate Team Members juga ia lakukan agar pencapaian team member bisa lebih stabil dan meningkat. Selain itu, ia melakukan Evaluate Progress dan Achieve Goals, yang mana ia harus mengevaluasi kinerja tim dan memastikan target tercapai.

Dengan beberapa tugas dan tanggungjawab yang ia miliki sebagai Team Leader Outbound, ia memiliki beberapa kompetensi yang menunjang. Planning Coordination Execution, yaitu kompetensi untuk mampu menentukan arah dan tujuan tim kedepannya. Selain itu, agar plan yang sudah direncanakan bisa dijalani dengan baik, ia harus memiliki jiwa Leadership. Communication Skill harus ia miliki agar dapat memberikan informasi yang tepat untuk memotivasi para team member dan Problem Solving untuk memberikan solusi atas permasalahan untuk mengevaluasi kinerja tim.

Kemampuan yang ia miliki sebagai Team Leader Outbound membuat ia mengembangkan kreativitas dan program kerja bernama CHESS (*Check Team Members, Hours Map, Emphasize Skill, Sharing Tactic, dan Special Reward*). Program kerja tersebut dikembangkan karena beberapa latar belakang. Pertama disebut dengan People, dimana Agent DRO merupakan Agent Inbound yang memiliki perbedaan pola kerja. Bagi Aniq, perbedaan pola kerja tersebut tentunya bukan hal mudah untuk melakukan perubahan pada tim.

Program kerja ini juga dilatarbelakangi oleh Multi Project, dimana Agent DRO tidak hanya memiliki satu jenis project saja. Agent DRO memiliki beberapa project dan tujuan yang berbeda-beda, mulai dari informasi dengan tujuan memberikan informasi kepada nasabah dengan benar. Lalu, validasi bertujuan agar nasabah



## Cerita Pemenang Platinum

terverifikasi data sehingga bertransaksi dengan nyaman. Referral agar menarik perhatian nasabah terhadap penawaran yang diberikan. Terakhir, Survey yang bertujuan agar nasabah memberikan feedback terhadap pelayanan yang diberikan. Banyaknya project tersebut bukan hal mudah bagi Agent DRO, sehingga ia memiliki tujuan agar semua team member menguasai project dengan baik.

Tidak hanya itu, Composition Team juga menjadi latar belakang dari program kerja Chess. Aniq sebagai Team Leader Outbound memiliki 12 member dengan usia online berbeda-beda. Usia online rata-rata team Aniq, yakni 75% usia online kurang dari 6 bulan, hasil tersebut disimpulkan banyaknya newbie member di dalam timnya. Dari permasalahan tersebut, ia memiliki tujuan agar newbie team member dapat beradaptasi dengan cepat dalam layanan DRO.

Latar belakang permasalahan tersebut dibuktikan dengan pencapaian selama tahun 2021. Pertama, yaitu Productivity dari target 100% total data konsumsi harian team member selama satu tahun memiliki pencapaian target yang tidak konsisten. Untuk Connected Rate dengan target 80%, pada tahun 2021 memiliki pencapaian hasil yang tidak konsisten. Selain itu, Agree Rate dengan target 85% memiliki pencapaian hasil yang tidak konsisten. Terakhir, Call Monitoring (CM) Score juga berada pada pencapaian yang tidak konsisten dari target minimum 95%.

Berikut di atas merupakan permasalahan dan data yang mendukung sehingga ia mengembangkan program kerja CHESS, di antaranya Check Team Members, Hours Map, Emphasize Skill, Sharing Tactic, dan Special Reward. Check Team Members merupakan hal dasar yang ia lakukan untuk mengetahui kondisi tim melalui identifikasi

## Cerita Pemenang Platinum

karakter dan *performance*. Ia menggunakan data DISC dari HRD untuk mengidentifikasi karakter team member. Perbedaan karakter tersebut dapat membuat ia mampu memberikan treatment kepada team member sesuai dengan karakter yang dimilikinya. Selanjutnya, identifikasi *performance* ia lakukan dengan daily monitoring pencapaian *connected rate* dan *agree rate* dengan tujuan mencapai *archive weekly* dan mencapai target bulanan dengan lebih mudah.

Selanjutnya, *Hours Map* dimana ia membagi jam kerja team member selama 8 jam menjadi beberapa bagian seperti 30 menit briefing, 2.5 jam menghubungi nasabah minimal konsumsi 50%, 2.5 selanjutnya menghubungi 50% sisa total data sehingga dalam 5 jam, tim member mampu menghubungi 100% dari total data konsumsi harian. Untuk memaksimalkan pencapaian tersebut, 2.5 jam lagi digunakan untuk recall data. Fokus utama dari *Hours Map* ini, yaitu meningkatkan produktivitas dan membuat team member terbiasa secara cepat dengan perubahan pola kerja dari layanan Inbound ke Outbound.

*Emphasize Skill*, dimana Aniq membagi 12 tim member ke dalam empat kelompok yang terdiri dari tiga member. Para team member wajib menguasai minimum satu jenis project DRO di bulan pertama dan semakin meningkat hingga menguasai semua jenis project layanan DRO di bulan-bulan kedepannya. Ia menggunakan form Tandem untuk melakukan monitoring *Emphasize Skill*. Tujuan dari *Emphasize Skill* ini ialah meningkatkan product knowledge dan mengatasi permasalahan Multi Project.

Selanjutnya, yaitu *Sharing Tactic*, dimana setiap project layanan DRO memiliki taktik berbeda-beda. Oleh karena itu, ia melakukan tandem satu minggu sekali untuk membahas product knowledge,

## Cerita Pemenang Platinum

tactic call, dan FAQ dari nasabah antara agent junior dan senior. Tujuan dari Sharing Tactic ialah agar tim member mendapatkan taktik baru dan beradaptasi pada layanan DRO dengan cepat.

Lalu, ia juga melakukan Special Reward untuk satu orang Agent dengan performance kerja terbaik setiap bulan. Special Reward yang akan diterima, yaitu dapat memilih jenis project bulan selanjutnya, special gift dari Aniw, hingga memilih cuti bulanan dan mendapatkan piala bergilir. Hal ini bertujuan untuk menumbuhkan kompetisi secara sehat terhadap team member dan meningkatkan Call Monitoring Score.

Program kerja CHESS tersebut memberikan hasil kepada pencapaian tim member. Pencapaian meningkatnya Productivity di tahun 2022 selalu mencapai target 100%. Begitu juga pencapaian Connected Rate mengalami peningkatan dengan selalu mencapai target minimum 80%. Lalu, Agree Rate yang selalu mencapai target minimum 85% dan hal ini juga mempengaruhi perkembangan Monitoring Score yang selalu mencapai target minimum 95%.

Beberapa pencapaian dari program kerja yang ia jalani, tidak terlepas dari pengembangan diri yang telah ia lakukan di antaranya, Training, Education, dan Be a Trainer. Ia melakukan Training guna mendapatkan ilmu baru yang bisa ia bagikan kepada team member. Lalu, Education atau pendidikan, yaitu merupakan seorang lulusan diploma dan melanjutkan transfer S1 pada jurusan relevan dengan pekerjaannya untuk mendapatkan ilmu baru. Ilmu dan pengetahuan yang ia miliki, Be a Trainer atau menjadi trainer ia lakukan dengan mengadakan sharing pengalaman kepada tim member.

Pengembangan diri yang telah ia lakukan tersebut, memberikan

## Cerita Pemenang Platinum

beberapa pencapaian KPI yang ia dapat selama tahun 2022. Pertama, yaitu *Connected Rate* dari team member selalu konsisten naik dan mencapai target setiap bulannya. *Agree Rate* juga mengalami peningkatan selama 6 bulan terakhir dengan selalu mencapai target minimal 85%. Lalu, *Service Quality* dari kualitas call team member yang selalu mencapai target minimal 95%. Terakhir, *Information Accuracy* selama 6 bulan terakhir selalu mencapai 100%.

Beberapa pencapaian yang sudah didapatkan membuat Aniq tidak berpuas diri, justru ia memiliki beberapa motivasi pengembangan diri. Pertama, yakni *Digital Dashboard*, ia ingin membuat aplikasi untuk mengupload report agar memudahkan dalam keperluan kebutuhan data. Lalu, berbekal pengalaman The Best Contact Center Indonesia dan pengalaman lainnya, ia juga ingin dipercayakan untuk mengikuti *International Competition*. Selain itu, ia memiliki motivasi *Create a New Leader* yang berarti mencetak leader-leader baru. Bagi Aniq, keberhasilan seorang leader, yaitu mampu menciptakan para leader baru sehingga kedepannya ia ingin mengadakan sharing session bagaimana menjadi leader dan memberikan solusi kepada tim member.

*Ardinasari*

The Best Agent Inbound  
Jaring Synergi Mandiri



## **Penuhi Kebutuhan Pelanggan adengan KEPO (*Knowing, Explaining, Patience, dan Organizing*)**

**W**anita yang lahir pada tahun 1996 ini merupakan seorang lulusan dari STIE GICI Business School. Ardinasari bergabung dengan PT Jaring Synergi Mandiri sejak Februari 2019, sebagai Agent yang ditugaskan pada unit Contact Center Polytron. PT Jaring Synergi Mandiri adalah salah satu perusahaan Business Process Outsourcing yang bergerak di jasa telekomunikasi dengan target utama meningkatkan kualitas layanan prima dan nilai tambah untuk tumbuh bersama. Sejak awal bergabung, ia ditugaskan menjadi Agent pada unit Contact Center Polytron yang merupakan merek dagang perusahaan elektronik. Polytron memiliki visi untuk menjadi pelopor inovasi teknologi dan hiburan dalam keluarga dan misi untuk meningkatkan pengalaman konsumen melalui teknologi, service, dan produk. Sesuai dengan visi dan misi tersebut, Polytron mendapatkan beberapa penghargaan salah satunya, yaitu penghargaan Top Brand Award pada tahun 2022.

## Cerita Pemenang Platinum

Sebagai Agent Inbound Contact Center Polytron, ia memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab, di antaranya 5M, Pusat Informasi, dan Solusi Pelanggan. Tugas 5M, yaitu mendengarkan, menyimak, memahami, mencatat, dan memberikan informasi sesuai kebutuhan pelanggan. Sebagai Pusat Informasi, ia harus mampu memberikan informasi lengkap tentang produk dan layanan perusahaan. Lalu, Solusi Pelanggan, yaitu memberikan informasi atau solusi yang sesuai dengan kendala pelanggan, contohnya membuat laporan service agar dilakukan kunjungan teknis ke lokasi konsumen untuk menangani keluhan.

Kompetensi menjadi hal yang sangat diperlukan untuk dapat memenuhi tugas dan tanggung jawab Ardinasari sebagai Agent Contact Center Polytron. Ia memiliki tiga kompetensi, di antaranya *Communication Skill*, *Customer Empathy*, dan *Product Knowledge*. Kemampuan *Communication Skill* ia miliki agar mampu memberikan informasi yang jelas dan terarah sehingga memiliki kesamaan pendapat dan kebutuhan pelanggan teratasi. *Customer Empathy* guna memahami kondisi emosi pelanggan dan menganalisa setiap informasi yang disampaikan oleh pelanggan. Lalu, *Product Knowledge*, yaitu memahami secara mendalam informasi seputar produk dan layanan perusahaan karena hal tersebut mempengaruhi cara menangani pelanggan. Tidak hanya itu, ia juga harus memperbarui setiap informasi dan pengetahuan agar dapat memberikan informasi yang benar dan lengkap kepada pelanggan.

Ada banyak pengalaman menarik yang ia alami dalam menjalani kesehariannya sebagai Agent Contact Center Polytron. Salah satunya pada pengalaman membantu pelanggan dalam instalasi produk. Saat itu, sebuah panggilan masuk dari seorang pelanggan wanita yang menginformasikan baru membeli LED lengkap dengan fitur smart

TV, digital TV dan speaker yang terpasang dengan unitnya. Namun, toko tempat beliau melakukan pembelian tidak memiliki layanan instalasi dan ia sulit untuk memahami instruksi pada buku petunjuk. Saat menyampaikan kendala, sambungan telepon pelanggan terputus karena pulsa yang tidak cukup. Sesuai dengan misi Polytron dan sebagai Agent, ia melakukan panggilan keluar untuk pelanggan tersebut untuk memberikan arahan kepada pelanggan untuk melakukan instalasi.

Untuk menangani hal tersebut, ia menerapkan metode yang disebut dengan KEPO (*Knowing, Explaining, Patience, dan Organizing.*) *Knowing*, yaitu mengetahui kebutuhan dan kendala produk serta mengetahui cara yang tepat untuk menangani kendala tersebut. Pada kasus instalasi ini, ia melakukan pengembangan informasi dari sambungan telepon sebelumnya untuk menemukan solusi tepat untuk menangani keluhan. Setelah mengetahui kebutuhan dan solusi tepat untuk pelanggan, ia harus mampu *Explaining* atau memberikan penjelasan dengan sistematis dan mudah dimengerti. *Patience* juga sangat penting dan dibutuhkan guna bersabar dalam menangani setiap kendala pelanggan. Pada kasus ini, ia harus sabar saat menginformasikan langkah-langkah dan memastikan pelanggan berhasil pada setiap langkahnya. Terakhir *Organizing*, yaitu mampu mengorganisir setiap pekerjaan agar dapat mengurangi kesalahan saat bekerja.

Metode KEPO yang ia terapkan membuat pelanggan mendapatkan manfaat dari layanan yang Ardiniasari berikan. Manfaat pertama, yaitu kebutuhan pelanggan terpenuhi sehingga pelanggan mendapatkan manfaat dari layanan yang diberikan. Setelah itu, manfaat selanjutnya ialah meningkatnya kepercayaan pelanggan karena pengalaman positif yang dialami. Di akhir layanan juga memberikan kepuasan bagi pelanggan

## Cerita Pemenang Platinum

serta menjadikan pelanggan loyal terhadap produk Polytron. Dari hasil penanganan pelanggan yang ia alami, ada tiga pelajaran berharga yang bisa ia terapkan sebagai Agent Contact Center. Di antaranya, memahami prosedur pelayanan, memiliki pemahaman produk, dan tenang dalam segala situasi.

Pengembangan diri juga turut ia lakukan sebagai Agent Contact Center. Ia melakukan tiga pengembangan diri di antaranya, Sharing Session, Weekly Meeting, dan QA Observation. Sharing Session adalah kegiatan rutin bulanan dari PT Jaring Synergi Mandiri untuk mempertemukan agent tiap unit dengan berbagi informasi penanganan pelanggan, tips dan trick, motivasi dan tanya jawab QA. Lalu, Weekly Meeting merupakan kegiatan rutin mingguan setiap Jumat sore dari Polytron yang diisi dengan informasi cara penilaian QA, pembahasan produk baru hingga analisa hasil recording. Terakhir, QA Observation, yaitu mengobservasi ulang hasil penilaian QA yang diberikan setiap bulannya, Ardinasari melakukan evaluasi diri dari hasil nilai tersebut.

Berkat kemampuan, kreativitas, dan pengembangan diri yang ia lakukan, ia mendapatkan pencapaian kerja selama 6 bulan terakhir periode Januari hingga Juni 2022. Pada indikator Attendance dan Punctuality memiliki target 100% setiap bulannya dan ia mampu mencapai target maksimal 100%. Lalu, untuk indikator QA yang memiliki target minimum 2.900, ia berhasil melampaui standar minum tersebut dengan mencapai nilai di atas 2,900 setiap bulannya. Lalu untuk Quiz yang memiliki target standar minimum 90, ia berhasil melampaui target tersebut dengan nilai di atas 90 pada setiap bulannya.

Pencapaian kinerja yang ia dapatkan membuat Ardinasari memiliki motivasi pengembangan dirinya sebagai Agent Contact Center. Ia



## Cerita Pemenang Platinum

memiliki tiga motivasi pengembangan yang ia terapkan kepada dirinya. Motivasi pengembangan tersebut ia namakan dengan SMS, yaitu *Self Efficacy*, *Motivation*, dan *Self Awareness*. Motivasi *Self Efficacy* merupakan sebuah keyakinan bahwa ia mampu melakukan sesuatu dan mengatasi setiap situasi saat menangani pelanggan agar ia dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan bermanfaat untuk pelanggan. Lalu, Motivasi, yakni memotivasi diri sendiri agar bisa memberikan pelayanan maksimal yang didasari dengan layanan prima, yaitu attitude, attention, dan action dalam menangani pelanggan. Dan terakhir motivasi *Self Awareness*, yaitu sebuah kesadaran pada diri sendiri agar dapat memahami diri dengan baik. Hal tersebut juga dilakukan agar mudah mengelola emosi pada setiap situasi dan kendala pelanggan sehingga layanan yang diberikan berdampak positif untuk pelanggan. Sebuah kutipan yang ia ambil dari seorang penulis bernama H Jackson Brown Jr yang berisi persiapan terbaik untuk esok adalah melakukan terbaik hari ini, hal tersebut menjadi motivasinya untuk melakukan pengembangan karakter.

## *Maria Margaretha*

The Best Telemarketing  
PT PLN (Persero)



## **Menopang Pemasaran Produk Menggunakan *High Heels***

**W**anita yang lahir di kota yang dijuluki, “*The Sunrise Of Java*” atau biasa disebut Banyuwangi ini telah bergabung sejak November 2021 di Contact Center PLN 123. Maria Margaretha telah lulus dari SMAN 1 Gambiran pada tahun 2018. Sebagai Agent Telemarketing, ia mampu menjual berbagai jenis produk bisnis PLN berkat kemampuan percaya dirinya. Ia membuktikan hal tersebut dengan berhasil menggaet 100 prospek deal setiap hari yang berpengaruh bagi PT PLN Persero.

Seperti halnya *high heels* yang memiliki beberapa bagian di setiap pasang sepatunya agar dapat menopang berbagai bentuk kaki. Sebagai Agent Telemarketing, ia pun membentuk citra dirinya supaya mampu menopang pemasaran berbagai produk bisnis PLN. Maria memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai Agent Telemarketing yang diumpamakan dengan bagian-bagian dari *high heels*. Pertama, *insole* yang merupakan sebuah lapisan bahan di antara

## Cerita Pemenang Platinum

sol dan telapak kaki. Hal tersebut ia visualisasikan sebagai agent yang menjembatani antara perusahaan dengan prospek untuk melakukan edukasi dan ketentuan produk baru. Kedua, bagian *heels* yang terletak di bawah tumit menjadi ukuran tinggi rendahnya sepatu.

Bagi Maria, sebuah teknik marketing menjadi tolak ukur nilai ekonomi sebuah perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan rasio *income* PLN yang mencapai 12,38% di tahun 2022. Peningkatan tersebut terjadi karena ia menciptakan strategi marketing yang menggelitik para penikmat listrik agar mencapai target penawaran produk bisnis PLN. Di dalam bagian sepatu juga ada istilah yang disebut dengan Vamp yang menampilkan banyak bagian kaki agar memberikan kesan lebih panjang dan ramping kepada penggunanya. Bagian tersebut, ia ilustrasikan dengan tugasnya sebagai seorang Agent yang mampu membuka dimensi komunikasi yang luas. Hal ini dilakukan untuk membangun sebuah hubungan baik dengan 100 prospek setiap hari agar mempertahankan brand perusahaan.

*High heels* tidak akan terlihat sempurna tanpa adanya *high quality of raw material*. Begitu pula kemampuan Maria Margaretha sebagai seorang Agent Telemarketing Contact Center PLN 123 dalam melakukan penawaran potensial. Ia memiliki beberapa kompetensi dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya di antaranya ia sebut dengan Leather, Suede, dan Rubber. Kompetensi pertama, Leather merupakan *high heels* yang terbuat dari kulit asli yang kaku pada awal pembelian namun akan terasa lebih nyaman apabila sering digunakan. Hal ini ia samakan pada target prospek yang terasa asing dengan produk PLN yang ditawarkan. Oleh karena itu, ia melakukan pendekatan di setiap prospek agar dapat

mengenal produk perusahaan dan menjalin *good relationship* yang berdampak pada loyalitas.

Suede menjadi jenis bahan kulit dengan tekstur lebih lembut dan terkesan menarik sehingga bisa digunakan pada setiap momen. Sama halnya dengan dirinya yang memiliki kemampuan menarik prospek dengan mengedepankan komunikasi santai namun berkelas demi sebuah goals. Terakhir, Rubber merupakan salah satu *high heels* berbahan karet yang mempunyai daya tahan lentur, kuat dan tahan air. Sebagai Agent Telemarketing High Quality, ia memiliki kemampuan untuk menciptakan pola strategi marketing yang fleksibel serta memiliki daya tarik magic sehingga ia mampu menyelesaikan lebih dari 1800 prospek dalam satu bulan.

Sebagai seorang Agent Telemarketing, Maria tentunya berani untuk mengambil resiko pada setiap kesempatan penawaran dan pengalaman tak bernilai ia dapatkan. Salah satunya terjadi pada tanggal 16 April 2022, ia menghubungi target prospek bernama Ibu Tiara. Dari riwayat call sebelumnya, Ibu Tiara bermaksud untuk mengajukan proses pasang baru pada 30 unit perumahan di wilayah Pantai Indah Kapuk dengan daya 33.000 VA setiap unitnya. Namun, beliau telah menolak layanan premium yang ditawarkan sebanyak dua kali karena Ibu Tiara merasa layanan tersebut tidak menguntungkan untuk dirinya. Dari jawaban tersebut, membuat Maria semakin tertantang dan memicu adrenalin. Lalu, ia mencoba memahami kerasnya hati Ibu Tiara yang penuh dengan rasa kecewa pada layanan PLN. Tidak tinggal diam, Maria mencoba menarik hati Ibu Tiara dengan jaminan kenyamanan yang PLN tawarkan.

Dari kondisi tersebut, ia melihat ada tiga kebutuhan prospek, yaitu *Guidance*, *Qualified*, dan *Way Out*. *Guidance* merupakan pelanggan

yang membutuhkan penjelasan dan komitmen PLN terkait keuntungan dari layanan premium dan prioritas layanannya. *Qualified*, yaitu kemampuan dalam menjalin komunikasi untuk membuat target prospek hijrah dari layanan reguler ke premium dengan mengeluarkan segala trik jitu agar pelanggan tertarik. Lalu, *Way Out*, yaitu dimana Ibu Tiara menginginkan *smart problem solving* dan *good choice* yang tepat dengan kebutuhan listrik sehingga tidak salah dalam mengambil langkah.

Bagi Maria, kesuksesan seorang Agent Telemarketing PLN 123 dapat dilihat dari kreativitas cerdas dan analisa mata yang ia miliki. Hal tersebut ia analogikan dengan *handmade high heels* yang mampu menghasilkan sepatu yang memikat banyak orang. Untuk mengatasi hal tersebut, ia memiliki tiga kreativitas yang dapat dilakukan. Kreativitas pertama, yaitu *Size*, Maria menentukan size untuk mengetahui berada di level mana tingkat komplain prospek. *Size* terdiri dari level 1 (*low term*), yaitu pelanggan yang belum pernah dihubungi. Level 2 (*middle term*), yaitu pelanggan yang baru satu kali dihubungi dan level 3 (*high term*), yaitu pelanggan yang sudah dua kali dihubungi. Dari *size* tersebut, ia dapat menafsirkan bahwa Ibu Tiara termasuk dalam *level high term* yang memiliki karakter banyak permintaan dan sangat sensitif terhadap finansial. Oleh karena itu, ia mengeluarkan kemampuan merangkai argumentasi dan menjelaskan kalkulasi perbandingan layanan reguler dan premium demi mencegah *triple denial*.

Kreativitas kedua yang ia lakukan, yaitu *Category*, dimana sebelum melakukan prospek, Maria harus tau apa yang dibutuhkan dengan melakukan cara yang berbeda. Ia melakukan stalking sosial media pelanggan dari berbagai macam platform agar ia menemukan jawaban yang dibutuhkan terutama gaya hidup yang menjadi tolak ukur dalam berkomunikasi serta negosiasi yang bisa menjadikan

keuntungan untuk PT PLN. Hasil dari kreativitas ini, ia mampu menggali dan memahami bahwa kebutuhan prospek adalah salah satu pebisnis ternama dengan gaya hidup hidup mewah. Maka dapat disimpulkan bahwa Ibu Tiara membutuhkan pelayanan ekstra dan tingkat kenyamanan yang tinggi.

Kreativitas ketiga disebut dengan *Final*, yaitu sebuah langkah terakhir untuk mencapai *high selling value* produk bisnis PLN dengan cara yang tidak pernah dilakukan oleh Agent Telemarketing lainnya yang ia beri nama ABC Quick Action. Affirmation guna merubah mindset negatif dengan membuat prototype kelistrikan yang berisi perbedaan layanan reguler dan premium. Lalu, *Build a Relationship* untuk selalu *keep in touch* dengan Account Executive layanan premium PLN. Dan terakhir *Case Close*, penanganan permasalahannya hanya membutuhkan waktu 123, yaitu 1 jam penyelesaian dan 23 menit respon *end-to-end*. Durasi tersebut merupakan durasi yang jauh lebih cepat dari tingkat mutu layanan PLN 123, yaitu 3 jam penyelesaian dan 45 menit respon. Berkat keahliannya dalam melakukan tiga kreativitas tersebut, akhirnya Ibu Tiara bermigrasi dari layanan reguler ke premium serta mengantongi *extra ordinary profit* bagi PT PLN Persero.

Berdasarkan ketiga kreativitas yang telah ia lakukan, hal tersebut memberikan pengalaman yang bernilai bagi Maria maupun Ibu Tiara. *Exposure*, yaitu ia mampu meyakinkan Ibu Tiara dengan jaminan layanan sehingga pelanggan memberikan bintang 5 dan rasa kecewa beralih menjadi kepuasan. Hal tersebut berdampak pada review eksplisit pada semua channel sosial media PLN. Tidak hanya itu, ia juga berhasil membuat *profit* perusahaan semakin melejit melalui penawaran produk bisnis yang ia tawarkan kepada pelanggan reguler hingga kelas premium.

## Cerita Pemenang Platinum

Tidak hanya memiliki kompetensi dan kreativitas yang mumpuni, ia juga melakukan pengembangan diri selama 6 bulan terakhir. Pengembangan diri pertama, yaitu *Art Of Speaking* yaitu kursus *public speaking* untuk mengembangkan kemampuan berkomunikasi serta menyampaikan ide agar dapat menghasilkan *script* penjualan yang apik. Bagi Maria, memperhatikan penampilan merupakan hal yang harus diutamakan. Oleh karena itu, Grooming Class menjadi salah satu solusi untuk memperbaiki *quality of beauty, brain and behavior*. Hal tersebut berdampak pada keberhasilannya menarik ratusan prospek sehingga grafik income perusahaan berada di level tertinggi. Lalu, Engine Of Optimization, yaitu mengumpulkan *top keyword* produk bisnis PLN serta merancang desain produk yang akan dipromosikan melalui platform website sehingga kunjungan *traffic* ke website PT Persero terus naik.

Pengembangan diri yang ia lakukan selama 6 bulan terakhir tertuang pada empat parameter. Pada Attendance, ia berhasil mencapai angka sempurna 100%. Lalu, pencapaian Customer Attribute sebesar 97% dari target 92%. Pada First Resolution Rate, ia berhasil meraih angka 97% dari target 90%. Tidak lupa pada parameter Call Handling, ia berhasil mencapai rata-rata 1825 call dan melebihi target perusahaan, yakni 1800 call. Pada Juni 2022, ia pun berhasil mendapatkan closing deal sebesar Rp9.982.000.000.

Maria memiliki beberapa pengembangan diri yang akan dilakukan. Pertama, yaitu News Update, ia akan membuat top news broadcast marketing secara rutin untuk mengupgrade informasi terkini pengembangan dunia bisnis. Hal ini dapat berdampak pada pencapaian target kinerja. Lalu, Community Center, yakni membangun komunitas telemarketing untuk membahas hal-hal yang perlu diperhatikan saat menarik prospek untuk menciptakan

## Cerita Pemenang Platinum

pendapatan optimal. Pengembangan diri terakhir yang ingin ia lakukan, yakni Business Trip, salah satu impian Maria untuk mengikuti webinar telemarketing khusus di luar kota untuk mencari ide marketing baru yang dikemas dalam sebuah konten dan diposting. Hal tersebut dapat mengeluarkan *vibes* positif dalam bekerja bagi teman-teman Agent lainnya.



## *Dwi Hendra Tri Hastuti*

The Best Team Leader Customer Service  
Bank BTPN



## **Bukan Guru ataupun Atasan, Dwi Menjadi Penyeimbang Tim Layanan Contact Center di Perusahaannya**

**D**wi Hendra Tri Astuti, seorang Team Leader Customer Service yang lahir di Purwokerto pada 13 Maret 1975. Bergabung dengan Bank BTPN sejak 9 September 2013 berkat keberaniannya dalam merancang mimpi untuk menaiki tangga kehidupan yang lebih tinggi. Ia memilih Bank BTPN sebagai pilihan untuk membangun tangga-tangga masa depan kehidupannya. Bertugas di Bank BTPN cabang Pandanaran Semarang membuat kehidupannya menjadi nyata dan berwarna bersama timnya. Ia bersyukur karena masih diberi kesempatan untuk belajar di sekolah kehidupan. Di tahun 2022, ia terpilih sebagai Brand Service di Bank BTPN.

Sebagai seorang Team Leader, kehadirannya di mata para anggota bukanlah sebagai guru, fasilitator, ataupun atasan, melainkan ia berperan sebagai penyeimbang. Untuk itu, ia memiliki tugas dan tanggung jawab di antaranya, yaitu Managing Day to Day Customer

*Service Activities, Managing Day to Day Operating Activities, dan Motivating Team to Achieve Organizational Goals. Managing Day to Day Customer Activities*, yaitu ia selalu memastikan kegiatan layanan nasabah sesuai dengan prosedur berlaku. Kegiatan layanan cabang tidak akan berjalan dengan baik, jika tidak didukung oleh kegiatan operasional yang baik karena itu *Managing Day to Day Operating Activities* menjadi tugasnya untuk menjadi penyeimbang saat melayani nasabah. Selanjutnya, *Motivating Team to Achieve Organizational Goals*, yaitu ia menyemangati dan memonitoring pencapaian tim agar standar kinerja individu dan tujuan organisasi tercapai.

Untuk dapat menjaga semua peran dan aspek agar dijalankan dengan selaras, ia menggunakan tiga kompetensi utama, di antaranya *Hold To The Principle, Result Oriented, dan Communication and Coordination. Hold To The Principle*, yakni selalu memegang prinsip-prinsip dasar dalam pekerjaan seperti konsisten, komitmen terhadap janji, kejujuran, dan keadilan. Semua prinsip tersebut sesuai dengan nilai-nilai dari Bank BTPN. Lalu, *Result Oriented*, yakni mampu menunjukkan arah tujuan dan pekerjaan menggunakan keseimbangan dengan tujuan mencapai hasil. Ia bertanggung jawab dan secara sistematis mengidentifikasi resiko serta peluang dengan memperhatikan hubungan antara perencanaan dan hasil sehingga target dapat dicapai. Selanjutnya, *Communication And Coordination*, yaitu menjadikan komunikasi dan koordinasi sebagai pilar penting bagi organisasi. Dalam komunikasi dan koordinasi, ia menggunakan prinsip menyesuaikan diri apalagi saat menghadapi lawan bicara yang berbeda orientasi.

Walaupun bekerja di kantor cabang Bank BTPN dengan sumber daya manusia 8 orang, Dwi dan timnya menjadi pilar bagi

## Cerita Pemenang Platinum

tumbuhnya bisnis Bank BTPN melalui kepercayaan dan loyalitas nasabah. Dengan seluruh kemampuan, ia bersama tim selalu menjaga kebutuhan dan harapan nasabah terpenuhi. Ia fokus berkarya untuk menghasilkan kualitas pelayanan kepada nasabah dan efektivitas untuk perusahaan. Salah satunya KPI yang menggambarkan kualitas dan efektivitas kerja ia dan tim, yakni Nilai Service Surveillance dengan target 95%. Untuk mendapatkan skor tersebut, ia menghubungi nasabah untuk menanyakan *experience* nasabah atas perilaku dan kualitas layanan dari staff saat melakukan transaksi di kantor cabang. Parameter penilaiannya adalah keramahan dan penampilan staff, kecepatan dan ketepatan proses transaksi, dan pemahaman *product knowledge customer service*.

Oleh karena itu, ia membuat program kerja yang bertema *Beyond Service With Optimisation Service Surveillance* untuk mencapai tujuan target tersebut. Program kerja ini dibuat karena nilai *service surveillance* cabang di tahun 2021 sudah di atas target, yaitu 97%, namun masing-masing staff belum berkontribusi optimal. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kualitas layanan yang belum baik antara satu titik dan titik lain sehingga berpotensi membuat pengalaman kurang nyaman bagi nasabah. Tujuan perbaikan yang ia targetkan, yakni agar semua staff berkontribusi seimbang. Kedua, dengan mengenali lebih dalam, ada dua jenis perilaku yang perlu diperhatikan lebih baik, di antaranya keramahan dan penampilan, serta kecepatan dan ketepatan proses transaksi yang belum optimal. Sasaran perbaikannya, yakni kedua poin tersebut dapat ditingkatkan. Ketiga, pemahaman *product knowledge* belum merata sehingga memberikan potensi terjadinya mispersepsi jika nasabah menerima dua informasi berbeda. Sasaran perbaikannya, ialah pemahaman *product knowledge* yang merata serta memiliki cara pandang sama. Permasalahan tersebut didukung oleh

data hasil *service surveillance* 2021. Untuk poin keramahan dan penampilan, kecepatan dan ketepatan, serta *product knowledge* adalah 97%. Berdasarkan analisisnya, pada kurun waktu 2021 menunjukkan bahwa kontribusi kinerja per parameter nilai *service surveillance* untuk tiap staff belum optimal bahkan ada nilai yang turun pada semester 2 tahun 2021.

Untuk itu, ia menggunakan beberapa kreativitas untuk mengatasi tantangan yang ia miliki. Kreativitas pertama, *Build The Accountable Team*, yaitu membuat semua pihak memahami dan menyadari posisi masing-masing tentang hasil penilaian sehingga paham penilaian nasabah terhadap perilaku dan kinerja layanan. Dwi dan tim membuat sebuah diskusi untuk membahas program tersebut, dimulai dengan saling memberi apresiasi hingga pertanyaan hal yang perlu ditingkatkan. Kreativitas kedua, *Happy Working Culture*, yang berarti menciptakan energi positif di lingkup kerja dengan budaya senyum sapa, mengucapkan kata positif dan mengikis perlahan hal negatif yang muncul. Untuk dapat meningkatkan aspek keramahan dan penampilan, ia dan timnya memasang cermin di meja masing-masing untuk mengingatkan penampilan dan wajah. Kreativitas ketiga, *Passion Of Service* dilakukan untuk meningkatkan aspek kecepatan, ketepatan, serta pemahaman *product knowledge* staff, yakni melakukan monitoring CCTV, observasi, serta turut membantu bertemu dan menyapa nasabah yang mengantri agar nasabah merasa lebih berharga. Lalu, melakukan update *product knowledge* dan bedah kasus melalui rutinitas, seperti *daily brief*, *quiz* dan lain-lain. Tidak hanya itu, Dwi melakukan benchmark ke bank dan institusi lain agar mendapatkan wawasan dan pengalaman sebagai nasabah dalam kualitas pelayanan. Hal tersebut dapat menjadi bahan diskusi dengan tim untuk upaya perbaikan kualitas layanan di kantor cabang.

## Cerita Pemenang Platinum

Ketiga kreativitas luar biasa yang telah dilakukan oleh Dwi membuahkan hasil dengan konsisten dan komitmen bersama tim untuk melakukan perubahan. Hal tersebut dibuktikan oleh nilai *service surveillance* pada semester 1 2022 di bulan Januari - Juni mengalami peningkatan. Peningkatan skor cabang tahun 2022 dari keramahan dan penampilan, yaitu 100% dari 97%. Lalu, kecepatan dan ketepatan dari 96% naik menjadi 99.5% dan pemahaman produk meningkat jadi 99.5%.

Kegiatan pengembangan diri merupakan hal penting untuk Dwi agar dapat memberikan layanan dan kebutuhan nasabah dengan baik. Oleh karena itu, ia melakukan 3 pengembangan diri. Pertama, Refreshment Materi Training, yakni mengikuti pelatihan, seperti training managing *your service*, *empowering team*, dan lain-lain. Pengembangan diri tersebut membuat ia menjadi mudah mengingat intisari dari setiap materi training sehingga mudah menggunakannya dalam kehidupan kerja. Ia turut aktif mengambil peran dalam event, seperti contohnya event dari manajemen maupun lingkungan atau komunitas. Dwi juga berpartisipasi dalam lomba dan menjadi juara satu lomba baca puisi dan lomba lainnya yang diselenggarakan Bank BTPN. Untuk meningkatkan kedisiplinan diri, ia melakukan olahraga teratur dan konsisten serta memiliki catatan harian hal yang harus dilakukan dan telah dilakukan.

Berkat kreativitas dan pengembangan diri yang telah Dwi lakukan, ia dapat memiliki 4 pencapaian KPI yang baik selama 6 bulan terakhir. *Penilaian Service Surveillance* perlu sentuhan dari aspek kreativitas dan sinergi antara penampilan, kecepatan dan ketepatan solusi dan informasi kepada nasabah. Sesuai kreativitas sebelumnya, KPI tersebut berhasil ia penuhi dengan nilai rata-rata 99.5%. Lalu, Cross Selling Jenius juga tercapai dan pernah

mendapat nilai diatas target serta memenangkan sertifikat kontes jenius. Monitoring GL juga telah berhasil tercapai sesuai target 100%. Tidak hanya itu, *Cost Efficiency* yang tidak kalah penting dari yang lain juga mampu ia capai target sebesar 110%.

Sebagai seorang Team Leader, ia selalu memastikan diri untuk selalu tumbuh dalam kemampuan, kedewasaan dan kontribusi. Oleh karena itu, ia memiliki tiga motivasi pengembangan diri di antaranya, *Internalize The Goals*, *Learning Culture*, dan *Positive Small Talk*. *Internalize The Goals* ialah melakukan internalisasi visi misi manajemen kepada tim agar memiliki persepsi sama melalui *campaign* dan diskusi terbuka. Lalu, *Learning Culture*, yakni menciptakan budaya belajar sehingga bisa tumbuh dan mampu merespon segala situasi dengan positif melalui bedah buku. Ia juga memiliki motivasi pengembangan diri disebut *Positive Small Talk* yang ia lakukan secara konsisten untuk menciptakan lingkungan kerja yang sehat serta memberi energi dan semangat untuk mencapai target.

## *Janice Vania Alodia*

The Best Team Leader Inbound  
PT Bank Central Asia, Tbk



## **Membimbing dan Mendampingi Tim Mencapai Puncak Prestasi melalui, “*Reaching Up Our Everest*”**

**G**unung Everest merupakan gunung tertinggi di dunia yang telah berhasil dicapai pertama kali oleh manusia, yaitu Edmund Hillary. Keberhasilan Edmund Hillary tersebut juga berkat didampingi dan dibimbing oleh Tenzing Norgay. Momen tersebut sama seperti Janice, seorang Team Leader Inbound BCA yang membimbing dan mendampingi timnya untuk mencapai puncak prestasi masing-masing. Perempuan yang lahir di Jakarta pada 12 Maret 1999 ini telah bergabung dengan Halo BCA sejak bulan November 2017. Saat ini, ia sedang menempuh pendidikan S1 Communication Management di Universitas Terbuka Jakarta. Ia bekerja dengan anggota timnya 10 Customer Service untuk membantu calon nasabah melakukan pembukaan rekening secara online.

Sebagai seorang Team Leader Inbound, ia memiliki beberapa

tugas dan tanggung jawab, di antaranya *Managing The Target*, *Monitoring And Evaluation*, dan *Developing Team*. *Managing The Target* berarti ia harus mengatur strategi tepat agar timnya mencapai target pembukaan rekening dari perusahaan. Lalu, ia melakukan *Monitoring And Evaluation* mengenai timnya setiap hari. Tidak lupa, *Developing Team* ia lakukan agar timnya dapat selalu siap menghadapi tantangan kedepannya.

Untuk menjalankan dan menunjang ketiga tugas dan tanggung jawab tersebut, ia memiliki beberapa kompetensi. Pertama, *Drive For Result*, yakni kemampuan untuk mampu memusatkan perhatian dan upaya untuk menghasilkan hasil cemerlang agar keunggulan BCA dalam jangka panjang. Kemampuan *Problem Solver* juga ia miliki guna mampu mengenali dan memahami masalah serta mencari alternatif pemecahannya serta solusi yang tepat. Tidak hanya itu, *Leadership Skill* pun turut ia miliki untuk dapat mengatur emosional tim dengan mendengarkan, menerima, dan memberikan motivasi agar dapat berkontribusi dengan baik.

Seperti Tenzing Norgay sebagai sherpa yang membimbing dan mendampingi Edmund Hillary agar dapat berhasil mendaki gunung Everest, Janice pun sebagai seorang Team Leader juga demikian untuk timnya dalam mencapai puncak prestasi agent melalui program kerja yang disebut *Reaching Up Our Everest*. Program kerja ini dibuat dikarenakan tuntutan *Monthly Target Growth* yang meningkat tiap tahun. Pada tahun 2021, targetnya 11.000 rekening per bulan. Lalu, tahun 2022 meningkat menjadi 14.000 rekening per bulannya. Ditengah kenaikan target, *Service Quality* yang berikan juga harus memuaskan. Tidak hanya itu, *Average Handling Time* juga diubah target dari 8 menit menjadi lebih cepat, yakni 6 menit dan juga emosional yang beragam dan kurang stabil dari generation Z.



## Cerita Pemenang Platinum

Didukung oleh data Open Account pada tahun 2021 yang berhasil mencapai dan konsisten naik setiap bulan sekitar 11.000 rekening. Namun, target tahun 2022, yakni 14.000 rekening belum pernah dicapai selama tahun 2021. Lalu, Service Quality dengan target 96% berhasil mencapai target pada tahun 2021, namun di bulan September dan Oktober belum konsisten mencapai target. Sedangkan Average Handling Time pada tahun 2021 memiliki target 8 menit dan tim berhasil mencapai target. Namun, belum berhasil menyentuh target terbaru di tahun 2022, yaitu 6 menit. Janice menelusuri hal tersebut dan menemukan bahwa satu persen dari timnya merupakan jiwa Generation Z termasuk dirinya sendiri. Generation Z mudah bosan terhadap hal-hal monoton sehingga tidak fokus bekerja. Oleh karena itu, mereka membutuhkan tantangan untuk membangkitkan jiwa Generation Z.

Berdasarkan permasalahan tersebut, Janice membuat beberapa kreativitas untuk membangkitkan jiwa Generation Z pada timnya. Kreativitas pertama ia sebut dengan *Get The Stars*, dimana ia membuat dua bintang dengan warna pink dan biru. Bintang pink diberikan untuk anggota yang memenuhi target harian sebesar 70 rekening, sedangkan biru untuk anggota yang berhasil mencapai target mingguan 350 rekening. Setiap akhir bulan, jumlah pembukaan rekening akan ditotalkan. *Get The Stars* berguna bagi anggota tim untuk memantau pembukaan rekening tiap hari agar mereka tetap mengejar dan mencapai target. Lalu, pencapaian terbaik anggota tim akan *dipublish* pada instagram sehingga mendapatkan branding diri sendiri, serta kebanggaan atas pencapaian yang telah diraih.

Kreativitas kedua, ialah *Check Point* melalui gambar-gambar yang berisi pertanyaan verifikasi wajib yang ditanyakan kepada

nasabah. Walaupun telah dilengkapi oleh sistem, namun masih banyak data nasabah yang tidak lolos sistem sehingga perlu dilakukan verifikasi secara manual. Dengan *Check Point* berupa gambar yang dipasang di layar PC, anggota tim tidak lupa untuk menanyakan pertanyaan verifikasi wajib. Lalu, *Anticipate The Weather*, yaitu menghimbau tim untuk membuka Halo Info sebelum layanan. Melalui Halo Info, anggota tim dapat membaca informasi terupdate BCA dan bisa mengantisipasi pertanyaan-pertanyaan dari nasabah. Dari kreativitas ini, timnya dapat memberikan informasi akurat dan meningkatkan Service Quality.

Selanjutnya kreativitas yang diambil dari kutipan Bobby Robson, seorang mantan pelatih sepak bola yang berbunyi *Practice Makes Permanent*. Kreativitas tersebut rutin dilakukan setiap seminggu sekali, dengan mempraktekkan kasus yang terjadi di dunia layanan. Hal ini dilakukan agar anggota tim terbiasa dan memiliki *Average Handling Time* yang lebih cepat. Lalu, *Fun Together* yang berarti melakukan permainan dart game untuk mendapatkan hiburan, dimana yang kalah akan memimpin *Practice Makes Permanent* di minggu berikutnya. *Hiking The Target* merupakan kreativitas selanjutnya dimana para anggota akan dibagi secara berpasangan dan berusaha naik setiap pos setiap minggunya. Jika berhasil mencapai pos yang paling atas, tim tersebut mendapatkan *reward*, berupa *Free to Set Schedule* dan hadiah kecil dari Janice.

Beberapa kreativitas yang telah dilakukan tersebut telah membawa hasil kinerja yang baik di tahun 2022. Pertama, pencapaian pada *Open Account* yang memiliki target 14.000 berhasil mencapai target dan konsisten naik tiap bulannya. Tim Janice mampu mencapai target dan meningkat sampai 100% pada *Service Quality* dengan target 96%. Lalu, *Average Handling Time* dengan target 6 menit berhasil dicapai bahkan di bawah angka 6 menit. Kreativitas

## Cerita Pemenang Platinum

yang ia lakukan menunjukkan peningkatan lebih dari satu parameter. Hal ini juga menciptakan prestasi bagi timnya, yaitu predikat CSO March 2022, Top 5 CSO Mei, The Most Productive CSO June 2022 dan yang paling membanggakan, The Best Team.

Berkat pengalaman pengembangan diri yang telah ia lakukan, maka pencapaian tersebut berhasil dicapai. Pengembangan diri yang telah ia lakukan pertama, yakni aktif mengikuti dan menjadi seorang leader pada *Wedding Organizer*. Untuk meningkatkan *Leadership Knowledge*, ia rajin membaca buku mengenai *leadership*. Janice juga sering mengikuti Training dari BCA untuk meningkatkan *product knowledge* dan pengalaman di bidang layanan. Tidak hanya itu, ia juga pernah menjuarai ajang BCA *Smart Solution Reward Program*.

Mulai dari program kerja, kreativitas, dan pengembangan diri yang ia lakukan menghasilkan hasil gemilang yang berdampak pada indikator kinerja utama. Pada *Accuracy Of Information* dengan target 97%, berhasil mencapai angka 100%. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan nasabah berhasil dijawab secara tepat dan akurat. Lalu, *Productivity* berhasil mencapai target yang ditetapkan 97%. *Service Quality* yang telah dilatih agar menerapkan pelayanan maksimal juga mencapai hingga 100% dari target 96%. Berkat kecakapannya dalam menghimbau tim untuk selalu update dengan jadwal baru, maka *Adherence To Schedule* berhasil dilampaui hingga menyentuh angka 100% dari target 95%.

Pencapaian luar biasa dari Janice dan timnya tersebut, tidak membuat ia berpuas diri dan berhenti mengembangkan diri. Oleh karena itu, ia memiliki motivasi pengembangan diri agar berpartisipasi baik untuk perusahaan. Motivasi pengembangan diri pertama, ialah percaya dengan mengikuti *Contact Center*

## Cerita Pemenang Platinum

*World* dapat meningkatkan pengalaman di dunia layanan. Lalu, *Idea Generator For Application Development*, yaitu ia ingin mengembangkan aplikasi terutama tim layanan pembukaan rekening online dengan mengikuti ajang BCA Innovation Award. Motivasi pengembangan diri selanjutnya, *Create New Leaders*, yakni mengembangkan anggota tim untuk menjadi leader yang berkompeten.

## *Fiyya Luthfiatul Husna*

The Best Quality Assurance  
Kementerian Keuangan



## **Menurunkan Tingkat Kesalahan Agent dengan *Official Secondment* dan *The Smart Script***

**F**iyya Luthfiatul Husna merupakan seorang gadis yang berasal dari Kabupaten Batang, Jawa Tengah. Gadis berkelahiran tahun 1996 ini telah berhasil menyelesaikan pendidikannya di Politeknik Keuangan Negara STAN. Ia telah terjun dan mendalami berbagai peran di dunia contact center sejak tahun 2018 dengan memulai kariernya sebagai Agent Inbound Kring Pajak. Setelah itu di tahun 2020, ia diberi kepercayaan untuk menjadi seorang Team Leader Inbound. Tidak hanya itu, di tahun ini juga ia diberikan kepercayaan lagi menjadi seorang Quality Assurance untuk membangun Contact Center Kemenkeu Prime. Kemenkeu Prime merupakan contact center Kementerian Keuangan yang didirikan sejak tahun 2020. Berkolaborasi dengan Kemenkeu I telah menjadikan Kemenkeu Prime sebagai garda paling depan layanan informasi tentang kebijakan dan layanan publik Kementerian Keuangan. Masyarakat umum, usahawan, pegawai lingkup Kemenkeu, dan unit pemerintahan lainnya merupakan empat kategori stakeholder yang dimiliki oleh Kemenkeu Prime.

Bagi Fiyya, menjadi seorang Quality Assurance merupakan hal dan tantangan baru. Sebelumnya, ia bertugas untuk memberikan pelayanan langsung kepada pengguna layanan. Namun, saat ini ia dituntut untuk menjamin kualitas pelayanan yang diberikan oleh para agent kepada pengguna layanan. Seperti permainan para atlet bulu tangkis yang luar biasa di setiap pertandingan, tentu saja terdapat seorang pelatih sabar, berdedikasi, dan tak kenal lelah untuk mempersiapkan para atlet menjadi pemenang. Hal tersebut ia jadikan sebuah inspirasi dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab yang ia miliki.

Sebagai seorang Quality Assurance, ia memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab di antaranya, *Planning, Monitoring, Feedback,* dan *Improvement*. Dalam *Planning*, ia membuat standar interaksi pedoman layanan yang diberikan oleh agent. Lalu, ia melakukan *Monitoring* secara langsung maupun tidak langsung dengan mendengarkan rekaman percakapan para agent. Selanjutnya, Fiyya melakukan penilaian dan memberikan *Feedback* terhadap rekaman percakapan atas standar interaksi atau solusi yang tidak sesuai peraturan. Untuk tugas *Improvement*, ia memberikan masukan sebagai perbaikan kualitas dan peningkatan kompetensi agent melalui evaluasi rutin.

Sebagai seorang Quality Assurance, ia memiliki kompetensi mumpuni untuk menjamin kualitas layanan yang diberikan. Kompetensi tersebut ia sebut SMASH seperti teknik mematikan yang digunakan pada olahraga bulu tangkis. SMASH merupakan singkatan dari *Strong Professionalism, Make a Good Communication, a Certified Quality Assurance, See Opportunity to Improve, and Having Analytical Skill*. Kemampuan *Strong Professionalism* ia miliki karena profesionalitas mencerminkan nilai-nilai Kemenkeu, yaitu memiliki wawasan luas tentang dasar

hukum dan peraturan di Kementerian Keuangan di setiap pelaksanaan tugas. Lalu, kemampuan *Make a Good Communication*, yakni mampu menjalin komunikasi terutama menyampaikan feedback dan evaluasi kepada agent. Bagi seorang Quality Assurance, a Certified Quality Assurance menjadi hal yang penting. Sertifikasi tersebut memberikan bukti bahwa seorang Quality Assurance telah memiliki pengetahuan, keahlian memadai, serta memahami standar operasional contact center dengan baik. *See Opportunity to Improve* juga ia miliki guna memanfaatkan kesempatan untuk mengembangkan kemampuan para agent dan meningkatkan kualitas pelayanan dan kinerja organisasi. *Having Analytical Skill* ia butuhkan untuk mengidentifikasi setiap parameter yang harus dipenuhi dalam menilai rekaman. Setelah itu, hasil analisis tersebut ia tuang ke dalam laporan perkembangan dan evaluasi agent untuk mengetahui performa layanan.

Seperti seorang atlet bulu tangkis yang harus menguasai teknik permainan dan membutuhkan seorang pelatih untuk melatih dan mengawasi perkembangan skill yang dimiliki. Hal tersebut sama dengan para agent di Kemenkeu Prime yang harus menguasai berbagai peraturan dan memperhatikan kualitas layanan, maka dibutuhkan seorang Quality Assurance untuk memberikan instruksi dan pengawasan kepada para agent. Pada data pencapaian kualitas agent di tahun 2021 terdapat nilai *Critical Error Accuracy (CE Accuracy)* dan nilai *Non Critical Error Accuracy (NCE Accuracy)*. Data tersebut menunjukkan bahwa nilai kualitas sudah melebihi target yang ditentukan. Namun, nilai kualitas fluktuatif dan bahkan menurun di bulan Desember 2021. Hal tersebut disebabkan oleh pengawasan Quality Assurance belum maksimal dan banyak agent yang belum mengikuti instruksi dari QA.

Untuk itu, ia membuat kreativitas dalam bekerja agar dapat meningkatkan pengawasan kualitas agent. Kreativitas tersebut ia namakan dengan *Footwork* seperti salah satu teknik penting dari bulu tangkis agar atlet lebih lincah dan menguasai lapangan dengan baik. *Footwork* yang ia gunakan di sini, di antaranya *Form Monitoring*, *Official Secondment*, *The Smart Script*, dan *Team Work (Employee Engagement)*. Sebagai QA, Fiyya membuat Form Monitoring untuk mengawasi para agent. Form tersebut diisi oleh agent dan dilakukan pengecekan olehnya secara real time dan ia akan segera memberikan masukan apabila terjadi interaksi yang tidak sesuai ketentuan agar dapat diralat oleh agent. Hal tersebut bertujuan untuk memenuhi nilai Kemenkeu, yakni Kemenkeu Prime yang memberikan layanan berkualitas kepada seluruh penggunanya. Kreativitas selanjutnya ialah menginisiasi kegiatan *Official Secondment*, yang berarti sinergi antara Kemenkeu Prime dengan seluruh unit contact center di lingkup Kemenkeu. Hal ini bertujuan untuk membentuk nilai Kemenkeu, yaitu sinergi. Melalui kegiatan ini, Fiyya melakukan koordinasi terkait layanan maupun ketentuan yang sering diajukan melalui Kemenkeu Prime.

Selain itu, ia juga membuat kreativitas yang disebut dengan *The Smart Script* yang dibuat berdasarkan pertanyaan yang sering diajukan oleh pengguna layanan. Hal tersebut bermanfaat khususnya untuk agent baru agar mudah mencari jawaban atau solusi yang diajukan oleh pengguna layanan. Sebelum memasukan materi ke dalam *The Smart Script*, ia telah berkoordinasi dengan unit teknis untuk memastikan informasi yang diberikan sudah benar dan lengkap. Lalu, Teamwork menjadi hal penting dalam operasional contact center. Ia meningkatkan teamwork dan pemahaman agent mengenai standar interaksi dan peraturan kemenkeu, ia mengadakan *Employee Engagement*, seperti bincang sore dengan para agent. Melalui kegiatan ini, ia juga



akan mendapatkan *feedback* dari para agent mengenai program pengembangan diri untuk menjamin kualitas layanan.

Kreativitas yang telah Fiyya lakukan sebagai Quality Assurance memberikan dampak luar biasa terhadap peningkatan nilai kualitas agent pada Januari hingga Juni 2022. Peningkatan CE Accuracy dan NCE Accuracy sebesar 98.65% dan 97.59% pada bulan Juni 2022. Selain itu, kegiatan *Official Secondment* dan *The Smart Script* mempengaruhi pada penurunan tingkat kesalahan agent dalam identifikasi kesalahan dari 8% menjadi 0% pada bulan Juni 2022.

Sebagai Quality Assurance, ia juga melakukan pengembangan diri agar bisa terus berinovasi menjadi lebih baik. Pengembangan diri yang ia lakukan pertama, yaitu Training dengan mengikuti pembelajaran dari internal maupun eksternal untuk menambah wawasan terkait peraturan Kemenkeu dan hal teknis pekerjaan lainnya. Tidak hanya *hard skill*, ia mengembangkan *soft skill* dengan menjadi salah satu pionir Laskar Berbagi, yang merupakan sebuah komunitas berbagi yang ada di kota Pekalongan dan Batang untuk memberikan bantuan kepada orang-orang membutuhkan. Hal tersebut dapat menumbuhkan motivasi kepada dirinya agar bekerja lebih baik dan berbagi kepada orang lain. Selain itu, ia melakukan *Refreshing* dengan jadwal rutin berolahraga zumba dan berlari agar tubuh dan pikirannya fresh dalam bekerja.

Pengembangan diri yang telah ia lakukan sebelumnya juga memberikan dampak positif terhadap pencapaian kinerjanya selama 6 bulan terakhir. Ia berhasil mendapatkan nilai sempurna 100% dalam ketepatan waktu menyusun laporan bulanan Quality Assurance dan ketepatan waktu melaksanakan *coaching*. Fiyya juga berhasil melakukan penilaian sample rekaman sesuai dengan

## Cerita Pemenang Platinum

target jumlah rekaman sebanyak 120 sample email dan 50 sample call setiap bulan. Sebagai seorang penjamin kualitas di Kemenkeu Prime, ia harus mempunyai wawasan yang mumpuni. Hal tersebut ditunjukkan pada pencapaian Monthly Test terkait *product knowledge* dengan nilai rata-rata 95% dari target 80%.

Segala pencapaian yang telah ia raih tidak membuat ia merasa puas sehingga ia terus berbenah diri untuk menjadi lebih baik. Fiyya memiliki 3 motivasi pengembangan, di antaranya *Benchmarking*, Contact Center Community, dan Contact Center Industry Standards For Call & Email. Ia ingin melakukan *Benchmarking* dengan mengunjungi dan belajar langsung ke contact center di seluruh Indonesia. Ia juga ingin bergabung dengan Contact Center Community guna menambah pengetahuan dunia contact center dan menambah koneksi dan mendukung motivasi untuk belajar lebih. Lalu, *Contact Center Industry Standards For Call & Email*, yakni melakukan evaluasi standar interaksi terjadwal agar penilaian kualitas selalu update sesuai perubahan dan perkembangan peraturan atau teknologi.

*Aldy Siswanto*

The Best Agent Outbound  
PT PLN (Persero)



## Pemanah Andal dari PLN yang Membidik Target dengan Tepat

**A**ldy Siswanto yang lahir 26 tahun lalu di Jakarta telah bergabung dengan Contact Center PLN 123 sejak bulan November 2021. Pria lulusan Finance Management Universitas Bunda Mulia ini merupakan seorang agent Telesales Contact Center PLN 123. Seperti senjata panahan yang mampu membidik target dengan tepat, ia mampu mengenal prospek-prospek PLN dengan meraup puluhan juta transaksi deal per hari.

Ada beberapa tugas dan tanggung jawab yang diamanahkan untuk Aldy sebagai agent Telesales PLN yang harus dijalankan dengan tepat dan sempurna. Tugas dan tanggung jawab ini menjadi perannya dalam menjaga kestabilan financial supaya PLN tumbuh dengan sehat. Tugas dan tanggung jawab pertama yang ia sebut dengan Limbs yang berarti sebuah bagian panahan yang berguna menghasilkan kekuatan kepada anak panah. Hal tersebut ia analogikan dengan tugasnya sebagai agent Telesales representative, yakni menyampaikan informasi dan solusi tepat

sesuai kebutuhan pelanggan. Ia selalu memberikan komunikasi dan *good experience* kepada pelanggan sehingga prospek berujung profit ratusan juta dalam satu bulan diraih.

Selanjutnya, Handle Section menjadi pegangan grip saat memegang busur yang menghubungkan kedua bagian fundamental pada satu bidikan. Sama halnya dengan tugas dan tanggung jawab Aldy sebagai *Make a Deal* dengan merepresentasikan produk bisnis PLN seperti pasang baru, penambahan daya, dan pasang sementara. Lalu, Nock merupakan bagian untuk menempelkan anak panah dan busur panah dengan satu tujuan. Seperti tugas dan tanggung jawabnya, yaitu memelihara hubungan baik dengan pelanggan agar selalu dalam lingkaran perusahaan. Seperti contohnya, ia mengucapkan selamat Hari Pelanggan serta memberikan informasi diskon dan promosi setiap produk yang diluncurkan oleh PLN.

Untuk dapat menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sebagai Agent Telesales Contact Center PLN 123, ia memiliki beberapa kompetensi mumpuni. Kompetensi yang ia miliki tersebut ia analogikan seperti seorang pemanah yang handal. Pertama ia sebut dengan *Aluminium Arrows* yang mempunyai intensitas sangat akurat, sama halnya dengan dirinya yang memiliki kemampuan *Keep On Target*. Kemampuan tersebut ia lakukan dengan menindaklanjuti, menghubungi, memproses, hingga memaksimalkan target penjualan produk bisnis dan konsisten penjualan setiap bulannya di angka 100%. Selanjutnya, kemampuan seperti *Carbon Arrows*, sebuah panah yang bisa menempuh target dengan jarak sangat jauh. Oleh karena itu, kemampuan berkomunikasi ia miliki untuk dapat menaklukkan hati pelanggan dengan panggilan suara. Melalui *grooming service* dan *smiling voice* agar pelanggan tertarik dengan produk dan jasa PT PLN

Persero. Lalu, Composite Arrows merupakan salah satu bentuk panah yang akurat lebih dari 90%. Sebagai agent penggerak PLN, ia memiliki kemampuan menganalisa, bernegosiasi, dan mengantisipasi penolakan pelanggan hingga terciptanya *repeat order*.

Sebagai Agent Telesales PLN 123, ia telah memiliki berbagai momen atau pengalaman yang sangat bernilai. Salah satunya terjadi di bulan Januari 2022, ia menghubungi beberapa target prospek database PLN. Selama 27 menit berlalu, belum ada satupun penawaran yang memberikan respon positif, mulai dari pelanggan tidak di tempat, sedang sibuk, hingga salah sambung. Kondisi tersebut tidak membuat ia menyerah, Aldy terus menghubungi prospek dan terhubung dengan seorang accountant public bernama Ibu Mega. Ia memulai menyapa dengan *greeting excellent* dan meluncurkan jurus jitu sehingga penawaran pemasangan listrik yang membuat Ibu Mega memberikan respon positif. Lalu, beliau menyampaikan pertanyaan mengenai informasi terkait panel surya. Hal tersebut ia adopsikan dengan di antaranya, *Solutioner*, *Gratuity*, dan *Upsale*. *Solutioner*, yakni memberikan informasi produk PLN sesuai dengan keinginan pelanggan secara akurat dan tepat. *Gratuity* ialah pelanggan menginginkan adanya kerja sama dengan PLN untuk produk panel surya. Lalu, melakukan *Upsale* kepada pelanggan yang memiliki kepentingan dalam kemudahan dengan energi listrik efektif pada produk PLN.

Aldy Siswanto mengikuti pelatihan memanah sebagai senjata mumpuni untuk menyelesaikan permasalahan Ibu Mega dan pelanggan lainnya. Ia menggabungkan sebuah kreativitas unik yang ia analogikan seperti saat memanah target. Pertama, yaitu *Type of Wode*, pemilihan jenis kayu menjadi penting untuk meningkatkan kualitas busur. Oleh karena itu, ia meminimalisir penolakan pelanggan sebagai ukuran keberhasilan Agent

Telesales. Ia mengklasifikasikan dengan tiga metode, di antaranya Money sebagai kekuatan kemampuan *financial* prospek, Need sebagai tingkat kebutuhan jasa atau barang yang ditawarkan, dan Clarity sebagai kadar manfaat untuk prospek. Berdasarkan tiga metode tersebut, ia mampu menemukan sumber penolakan sehingga ia bisa menyampaikan *magic word* kepada Ibu Mega.

Selanjutnya, Type of Bowstring, yaitu pemasangan ikatan tali harus kuat agar menghasilkan tarikan panah yang sempurna. Hal tersebut ia terapkan dengan bentuk kerja sama produk bisnis PLN kepada Ibu Mega. Ia melakukan *handling* 345, yaitu menangkap 3 informasi nomor utama berupa NIK KTP, NPWP, dan nomor register. Lalu, ia menentukan 4 langkah selanjutnya, yakni Time Call, komitmen pembayaran, jadwal kedatangan, dan realisasi weekend atau weekday. Terakhir, memberikan minimal 5 informasi mengenai manfaat panel surya yang telah disepakati sehingga sesuai dengan kehidupan nyata. Kreativitas selanjutnya yang ia analogikan dengan Type Of Fletching ialah sebuah penyeimbang saat anak panah diluncurkan sampai menuju target. Sebagai Agent Telesales kompeten, ia mempunyai kemampuan untuk membangun kepercayaan pelanggan dengan melakukan koordinasi, mobilisasi, dan monitoring kepada unit terkait penawaran kerja sama panel surya. Ia juga mengawasi progres pengajuan penawaran kepada unit setempat untuk meningkatkan pendapatan. Dari kreativitas yang jitu ini, Ibu Mega tidak akan kecewa dengan keputusannya dalam memilih panel surya.

Penyelesaian permasalahan Ibu Mega tersebut, memberikan pelayanan pelanggan yang menghasilkan dua poin penting. Pertama disebut dengan Innovation, yang mana Ibu Mega merasa kebutuhan informasi dalam pengajuan kerja sama dengan PLN menghasilkan reaksi positif dan beliau akan merekomendasikan

ke rekan-rekannya untuk menggunakan energi panel surya. Lalu, Ia juga meningkatkan loyalitas kepada pelanggan melalui Touch, yakni Aldy selalu menumbuhkan rasa empati dan perhatian kepada seluruh pelanggan dalam memenuhi setiap kebutuhan.

Untuk meningkatkan kreativitas cerdas yang ia miliki, tentu saja ia meningkatkan pengembangan diri dengan melakukan kegiatan extraordinary. Pengembangan diri yang ia lakukan mulai dari mempunyai toko online sendiri untuk sarana belajar yang dapat menciptakan strategi penjualan dan trik menarik prospek. Hal tersebut ia terapkan saat berinteraksi dengan pelanggan sehingga ia mampu menambah income PT PLN Persero. Aldy juga memanfaatkan media sosial untuk live *streaming* produk melalui TikTok Commerce. Berkat hal tersebut, ia mampu meningkatkan kemampuan berkomunikasi dan bernegosiasi dan mudah meyakinkan calon prospek PLN. Tidak hanya itu, ia juga mengikuti kursus Excel tiap sebulan sekali untuk belajar banyak mengenai reporting dan pengolahan data. Kedua hal tersebut sesuai dengan pekerjaannya yang berhubungan dengan data prospek dan pengolahan data.

Berkat kreativitas dan pengembangan diri yang ia lakukan, keberhasilan tersebut dapat dilihat dari 4 pencapaian pada nilai Key Performance Indicator selama bulan Januari hingga Juni 2022. Untuk indikator *Attendance* dan *Adherence to Schedule*, ia berhasil mencapai pada nilai sempurna di angka 100%. Pencapaian di indikator tersebut juga sejalan dengan pencapaian *Call Handling* yang mencapai 1800 call setiap bulan dan selalu konsisten meningkat hingga melebihi target. Lalu, untuk Customer Attribute memiliki nilai rata-rata pencapaian sebesar 98,88% selama 6 bulan terakhir. Oleh karena itu, rasio *income* PLN yang meningkat

merupakan bukti bahwa ia telah berhasil mendapatkan *closing deal* dengan rata-rata pencapaian sebesar Rp1.300.000.000.

Keberhasilan pencapaian sebelumnya tidak membuat ia berhenti untuk meningkatkan kualitas diri. Oleh karena itu, Aldy memiliki motivasi pengembangan diri yang akan ia lakukan. Pertama, *Grow to Give*, yang berarti membangun himpunan telesales secara internal maupun eksternal perihal layanan telesales, hingga taktik menarik pelanggan. Lalu, *Remember Me*, yaitu ia akan membuat blog pribadi yang membahas tentang tips, tutorial bahkan *insight* seputar telesales. Hal tersebut dapat memberikan manfaat untuk membangun networking dan personal branding yang luas untuk terus berkembang. Tidak hanya itu, pasalnya bahasa Inggris merupakan elemen penting untuk bersosialisasi, untuk itu *English Battle* diperlukan untuk memprioritaskan Bahasa Inggris selama seminggu. Hal ini juga dikarenakan 5% pelanggan PLN merupakan pelanggan asing.



## Syafno Fitri Wulandari

The Best Agent Inbound  
PT PLN (Persero)



## Menghidangkan Layanan Bergaransi Sekaligus *Sweetly* Layaknya Kembang Gula

Sebagai Agent Inbound Publik yang mengedepankan sebuah rasa, Syafno Fitri Wulandari menghidangkan sebuah layanan bergaransi namun *sweetly* seperti sebuah kembang gula yang memusnahkan resah. Ia merupakan seorang lulusan dengan gelar sarjana muda linguistik dari Politeknik Negeri Padang dan telah bergabung dengan PLN 123 sejak tahun 2019.

Dalam menyampaikan rasa kebahagiaan saat bekerja, ia menunjukkannya dengan selalu memaksimalkan amanah besar pada tugas dan tanggungjawab. Tugas dan tanggungjawab yang ia miliki dianalogikan dengan rasa kembang gula di antaranya *Sweet*, *Mint*, dan *Acid*. *Sweet* berarti menyampaikan informasi menarik yang menggugah hati sehingga meningkatkan pendapatan untuk PT PLN. *Mint*, yakni sebagai handling complaint untuk mencari solusi handal agar memberikan kesan lega kepada pelanggan mengenai kelistrikan. *Acid* ialah memberikan *high quality service* kepada pelanggan dengan tujuan *experience* dan *satisfaction*.

## Cerita Pemenang Platinum

Kembang gula dibedakan dari ukuran partikel yang mempengaruhi tekstur serta rasa yang mencolok. Hal tersebut sama dengan proses Syafno dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sebagai Agent Inbound Publik PLN 123. Ia memiliki kompetensi yang berdampak pada tugas dan tanggung jawabnya, yang disebut dengan *Hard Candy*, *Soft Candy*, dan *Chiwie Candy*. Seperti *Hard Candy* yang memberikan tekstur baik dan umur simpan yang optimal, ia memiliki pembekalan *soft skill* dan *hard skill* dalam menghadapi rumitnya masalah dinamis produk PLN.

*Soft Candy* memiliki sebuah sensasi dengan mengunyah tekstur lembut permen karena sentuhan yang berbeda dari komposisinya. Sama halnya dengan Syafno yang memiliki sentuhan *magic word*, *energy* dan *empathy* yang dibalut dengan *Grooming Service* dan *Smiling Voice* sehingga sulit dilupakan oleh para pelanggan. Lalu, kompetensi selanjutnya yang ia sebut dengan *Chiwie Candy* yang memiliki tekstur kenyal dan zatnya menyesuaikan kondisi orang yang mengkonsumsi. Hal tersebut ia analogikan dengan kemampuannya beradaptasinya dalam menghadapi keanekaragaman pelanggan PLN.

Berbagai pengalaman dengan pelanggan memberikan memori tersendiri bagi Syafno sebagai The Best Agent Inbound Publik. Salah satu pengalaman paling menggores hati terjadi pada bulan Maret 2022. Seorang pelanggan bernama Ibu Anisa menghubungi contact center PLN 123 dengan nada kesal dan penuh amarah. Beliau menyampaikan bahwa akan melakukan sesi pemakaman untuk ibunya yang baru saja meninggal akibat COVID-19. Untuk kegiatan duka cita tersebut, ia telah mengajukan pemasangan listrik sementara pada satu jam lalu. Namun, beliau tidak didatangi petugas bahkan tidak menerima konfirmasi melalui telepon. Ibu Anisa telah melakukan berbagai cara mulai dari membuat laporan

di PLN Mobile, Live , sosial media, hingga menghubungi PLN 123 berkali-kali namun tidak ada hasil.

Ibu Anisa pun menangis dan meminta tolong agar petugas segera datang untuk melakukan penyambungan listrik dan meminta untuk dihubungi 15 menit sekali hingga proses realisasi dilakukan oleh petugas. Dari permasalahan tersebut, Syafno paham apa saja yang dibutuhkan oleh Ibu Anisa, di antaranya *Friendly*, *Explanation*, dan *Result*. *Friendly* dengan memberikan waktu kepada pelanggan untuk mengekspresikan kemarahan serta menyiapkan data-data pelanggan. Lalu, *Explanation*, yaitu mentransfer informasi kepada pelanggan agar tidak terjadi kesalahpahaman dengan perusahaan. Terakhir ialah *Result* dimana pelanggan menginginkan agar permasalahan tersebut terselesaikan dan memiliki solusi yang tepat.

Dalam menciptakan permen yang sempurna pasti dibutuhkan tahapan serta teknik yang kompleks, sama halnya dalam melayani permasalahan pelanggan. *Customer Satisfaction* merupakan hal penting dalam pelayanan contact center PLN 123 sehingga kreativitas dibutuhkan untuk menjadi *problem solver*. Syafno memiliki beberapa kreativitas untuk menghadapi permasalahan Ibu Anisa. Kreativitas tersebut ia analogikan seperti pembuatan *Hard Candy*, di antaranya *Computation*, *Act 2*, *Diffuse*, dan *Packaging*. Kreativitas pertama *Computation*, yang berarti mengenal karakter emosi pelanggan dengan mengkomparasi *repeat contact* dan durasi 3 jam SLA PLN terhadap parameter yang dialami ibu Anisa. Dengan dua kategori, *Act 1*, yaitu satu kali lapor dan durasi kurang dari SLA, karakter pelanggan seperti ini harus dilayani dengan kemampuan *soft skill* standar dan penjelasan *hard skill* sesuai mutu pelayanan. Lalu, *Act 2* ialah laporan berulang dan durasi lebih dari SLA, karakter pelanggan ini harus menggunakan

kemampuan soft skill luar biasa untuk meredam emosi dan memberikan kepastian pelayanan tindak lanjut per 15 menit hingga selesai. Ibu Anisa masuk ke dalam kategori Act 2, yakni pelanggan yang menginginkan prioritas penyelesaian permasalahan.

Kreativitas selanjutnya, *Diffuse*, yaitu mengkombinasikan teknik komunikasi yang ia miliki agar dapat meredam emosi Ibu Anisa. Ia meramu dasar-dasar bicara dengan baik sehingga menghasilkan smiling voice. Selain itu, ia juga meningkatkan korespondensi dan eskalasi ke wewenang yang lebih tinggi dengan goals 1 jam recovery dan 23 menit terkoneksi untuk ditindaklanjuti.

Packaging menjadi langkah terakhir dalam pembuatan permen, semakin unik kemasannya maka semakin banyak yang tertarik. Kreativitas bernama Packaging ini berarti membuat pelanggan yang awalnya *tricky* menjadi *happy*. Ia menjadi *secret agent* yang memastikan keberadaan petugas dari status laporan pelanggan sehingga tidak ada petugas yang ghosting dan status penyelesaian yang palsu.

Kreativitas yang ia gunakan dalam menyelesaikan permasalahan Ibu Anisa memberikan manfaat pelanggan. Ia menyebutnya dengan Kristalisasi, yakni pelanggan merasa terbantu dan mengucapkan terima kasih terhadap pelayanan serta edukasi yang diberikan sehingga membuat pelanggan tidak ragu untuk menghubungi PLN 123 kembali. Tidak hanya itu, Syafno juga memiliki kesan tersendiri yang ia sebut dengan Non Kristalisasi, yaitu ia harus belajar memahami kondisi serta situasi yang pelanggan hadapi, belajar berkomunikasi lancar, memberikan solusi, serta jaminan pelayanan.

## Cerita Pemenang Platinum

Beberapa pengembangan diri turut ia lakukan agar dapat meningkatkan kualitas dan produktivitas layanan sebagai Agent Inbound Publik. Pengembangan diri pertama yang ia lakukan ialah Running Podcast, dimana selama perjalanan pergi ke kantor selalu diisi dengan mendengarkan podcast di aplikasi Castbox. Berkat hal tersebut, ia dapat belajar menjadi pendengar baik dan selalu *update trend* terbaru. Selanjutnya, Talk Interactive dengan melakukan *sharing session* menyelipkan English Mode dan FAQ dengan rekan kerja, serta team leader untuk melatih kemampuan public speaking. Tidak hanya itu, ia juga turut dalam kegiatan Volunteer, seperti membekali diri dengan pengetahuan K3 (Keselamatan Kesehatan Kerja).

Kreativitas dan pengembangan diri yang ia lakukan memberikan dampak pada pencapaian KPI pada periode Januari hingga Juni 2022. Pada presentasi KPI, *First Resolution Rate* dan *Product Knowledge* yang berhasil ia raih berada di angka sempurna, yaitu 100%. Lalu, ia berhasil melampaui target rata-rata 99% pada KPI *Customer Attribute*. Sedangkan untuk Attendance selama Februari - Juni ia mampu meraih angka sempurna. Namun, pada bulan Januari ia hanya mencapai 90%. Hal ini disebabkan karena di akhir tahun 2021, ia menjadi penyintas COVID-19.

Syafno memiliki motivasi pengembangan diri untuk dapat meningkatkan kemampuannya. Motivasi pengembangan diri pertama ia sebut dengan *A Day In My Life*, yaitu menyajikan channel sosial media agar *viewers* mengetahui proses perbaikan listrik sekaligus mengubah *mindset negatif electrizer*. Lalu, *Assemble* ialah kegiatan press conference sebulan sekali untuk membangun hubungan dan *product knowledge*. Motivasi pengembangan diri terakhir, yaitu *The Mysterious Class*, dimana ia akan membuat kegiatan menarik dengan nama Freedom Room untuk merefresh

## Cerita Pemenang Platinum

kembali jiwa dan raga. Hal tersebut dapat berdampak pada *performance appraisal* tetap di angka tertinggi karena sehatnya mental mempengaruhi kualitas layanan.

## *Dwi Putri Retno Wulan*

The Best Supervisor  
Bank Negara Indonesia



## Meningkatkan Kualitas Layanan dengan Strategi “*Think PINK*”

Lahir di Pontianak pada 31 Maret 1987, wanita bernama Dwi Putri Retno Wulan ini berhasil menamatkan pendidikannya di Universitas Pembangunan Nasional Surabaya, dengan mengambil studi Ilmu Administrasi. Setelah itu, Dwi bergabung dengan BNI sejak tahun 2011 sebagai asisten pelayanan di kantor cabang. Kemudian tahun 2019-2021, ia ditantang untuk menjadi asisten penjualan di kantor cabang. Kepercayaan menjadi Supervisor Layanan Perbankan pun ia dapatkan di BNI Contact Center sejak tahun 2021 hingga saat ini. Selama bekerja di BNI, ia telah mendapatkan segudang pengalaman menarik salah satunya dengan mengikuti kompetisi dan berhasil mendapatkan juara 3 dalam ajang BNI Service Excellent Award kategori Customer Service 2019 dan 2022.

Supervisor merupakan salah satu bagian terpenting di dunia contact center karena menjadi jembatan antara para agent dan manajemen, seperti menerjemahkan kebijakan manajemen. Hal

tersebut dilakukan supaya kebijakan bisa menjadi sebuah panduan yang praktis dan bisa dengan mudah dilakukan oleh para agent dan tim. Sebagai Supervisor, tentunya ia memiliki tugas dan tanggung jawab, di antaranya, *Maintenance Service Quality*, *Product Knowledge Update*, dan *Monitoring Operational Service*.

*Maintenance Service Quality* adalah memastikan agar tim memberikan layanan berkualitas kepada nasabah, contohnya memberikan solusi tepat, memberikan pelayanan produk, dan pencegahan agar permasalahan nasabah tidak terulang kembali. *Product Knowledge Update* harus dilakukan kepada tim agar para agent bisa memberikan informasi secara akurat kepada nasabah. Lalu, *Monitoring Operational Service*, yakni mengawasi AHT, persentase *Average Speed Answer*, serta kehadiran para agent agar mencapai *Service Level* yang diharapkan. Salah satu cara mengawasi AHT agent yang lebih dari 3 menit, yaitu dengan menggunakan metode *Silent Monitoring* atau *Whisper*. Melalui metode tersebut, ia mendengarkan percakapan antara agent dan nasabah untuk mengetahui apakah agent membutuhkan bantuan serta dapat melayani nasabah dengan baik atau tidak. Selain itu, *Develop Team Performance* ia lakukan dengan membangun komunikasi dan kepercayaan serta evaluasi kinerja tim secara berkala.

Sebagai Supervisor, Dwi memiliki kompetensi yang mumpuni Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab tersebut. Kompetensi pertama, yaitu *Leadership*, ia memberikan arahan, motivasi, dan mengawasi tim untuk menyelesaikan tugas sesuai dengan goals perusahaan. Lalu, *Analytical Thinking*, seperti menganalisa setiap permasalahan dan mengatasi masalah dengan mengevaluasi informasi yang dikumpulkan sehingga menghasilkan solusi tepat. *Communication Skill* juga ia miliki agar dapat terjalin kerja sama yang baik dan tujuan perusahaan terwujud. Tidak hanya itu, *Risk*



*Management* harus ia pahami serta bagaimana cara mencegahnya. Oleh karena itu, ia telah memiliki sertifikasi manajemen risiko perbankan untuk menunjang pekerjaannya.

Dwi dan tim memiliki program kerja yang dijalankan dengan judul *Improving Service Quality to Provide The Best Customer Experience* dengan tugas dan kompetensi yang ia miliki. Saat ini telah memasuki persaingan era digital yang sangat ketat termasuk perbankan. Munculnya bank digital semakin memperketat persaingan tersebut. Contact center memiliki peran strategis sebagai penghubung antara nasabah dan perusahaan. Mulai dari memberikan informasi, menerima saran perbaikan hingga mampu memberikan solusi atas permasalahan kepada nasabah. Oleh karena itu, kualitas layanan harus ditingkatkan agar bisa memberikan *customer experience* terbaik sehingga nasabah loyal menggunakan produk BNI lainnya dan laba perusahaan meningkat.

Ada tiga hal yang ingin Dwi perbaiki untuk meningkatkan kualitas layanan. Pertama, yaitu *Greeting* dan *Closing* yang tidak sesuai standar pelayanan, dimana menyapa nasabah di awal dan akhir menjadi hal penting untuk memberikan kesan baik kepada nasabah. Lalu, kedisiplinan dan kehadiran para agent harus ditingkatkan untuk mencapai target persentase Service Level. Selain itu, ia juga ingin memperbaiki kualitas Pengisian Tiket Pengaduan belum akurat atau tidak diisi agar kendala nasabah bisa segera diselesaikan. Ketiga hal tersebut didukung oleh data dan fakta hasil *Monitoring Quality* tahun 2021, dimana telah ditemukan agent yang salah dalam melakukan *Greeting* dan *Closing*. Lalu, tingkat kedisiplinan dari 40 agent ditemukan rata-rata ada 5% per bulan agent yang terlambat hadir sehingga tingkat kehadiran rata-rata menjadi 92,5%. Untuk persentase *decline* tiket, dari 40 agent

terdapat 38% kesalahan pengisian data di aplikasi online request management sehingga permintaan dan keluhan nasabah tidak terselesaikan dengan tepat waktu. Hal tersebut menyebabkan komplain dari nasabah dan mempengaruhi kualitas layanan.

Dari ketiga kondisi yang ingin ia perbaiki tersebut, ia memiliki strategi yang disebut dengan Think Pink sesuai dengan warna kesukaannya pink agar tim memiliki semangat dan antusias yang sama. Pink merupakan singkatan dari Powerfull Reminder, Immediately Roleplay & Mystery Call, Nice Learning With Games, dan Kind Of Activity To Build Great Team. Pertama, Powerful Reminder, yaitu ia menempatkan poster tentang alur layanan di beberapa tempat agar tim selalu ingat dan diterapkan saat melayani nasabah. Tidak hanya itu, ada *bot* bernama Alicia guna mengingatkan jadwal kerja agent dan tiket yang harus difollow up, memberikan informasi materi baru, dan informasi detail performance agent setiap bulan. Selanjutnya, ia melakukan Immediately Roleplay & Mystery Call seminggu sekali per agent. Dengan memberikan roleplay dan mystery call, ia dapat mengukur kinerja agent dalam memberikan layanan dan mengetahui akurasi agent dalam menyampaikan solusi agar memberikan pelayanan dan customer experience terbaik.

Lalu, Nice Learning with Games, yaitu belajar sambil bermain agar materi yang disampaikan lebih mudah diterima. Contohnya melalui aplikasi game learning yang digunakan untuk menguji kepehaman agent terhadap materi yang diberikan. Selain itu, materi dibuat secara menarik dengan animasi, musik, dan mudah diakses. Dwi secara rutin mengadakan kompetisi menarik antar leader dan agent yang mana secara tidak langsung, mereka mendapatkan pengetahuan product knowledge dari kompetisi tersebut. Tidak hanya itu, Kind of Activity to Build Great Team juga diperlukan

## Cerita Pemenang Platinum

untuk menjaga semangat para tim dan agent. Salah satu contohnya, yakni mengadakan *team building activity* supaya memberikan semangat dan menjalin kerja sama antar tim lebih menyenangkan.

Berdasarkan strategi Think Pink yang ia buat sebelumnya, beberapa manfaat pun telah ia dapatkan. Pertama, hasil rata-rata keterlambatan agent turun menjadi 0%, dimana hal tersebut menunjukkan tidak ada agent yang terlambat. Lalu, persentase kehadiran meningkat dari 92,5% menjadi 98,75%. Tingkat kesalahan dalam pencatatan data juga menurun dari 38% menjadi 3% dari total agent. Tidak hanya itu, untuk hasil Greeting yang sesuai meningkat saat ini menunjukkan tidak ada agent yang salah di awal percakapan. Namun, untuk Closing masih ada 2% yang belum memenuhi standar dalam menutup pembicaraan dengan nasabah. Agent yang belum sesuai ini, ditugaskan untuk menyampaikan standar closing tiap selesai briefing agar mengurangi kesalahannya.

Walaupun telah menjalankan program kerja hingga menghasilkan hasil yang baik, ia terus berusaha untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas diri agar menjadi pribadi yang lebih baik. Untuk itu, ia melakukan beberapa pengembangan diri, di antaranya mengikuti Training Certified seperti sertifikasi contact center. Lalu, ia juga mengikuti E-Learning dan Webinar Digital Transformation Mindset. Tidak hanya itu, Dwi pun turut memperdalam Literacy International Banking Product Knowledge melalui International Banking, serta mengikuti kompetisi internal BNI seperti BNI Service Excellent Award.

Peningkatan kemampuan dan pengembangan diri yang ia lakukan membawa dampak positif terhadap pencapaian KPI. KPI pertama, yaitu Average of Agents Performance Score telah melampaui

## Cerita Pemenang Platinum

target sebanyak 96% dari 90% selama 6 bulan terakhir. Untuk Call Monitoring, ia melakukan CM minimal 4x per minggu sehingga mencapai target 100%. Lalu, First Call Resolution telah mencapai rata-rata 98,45% dari target 94%. Untuk mencapai target FCR, ia selalu memastikan kendala yang dialami nasabah bisa segera diselesaikan dengan meminimalisir kesalahan kategori pada aplikasi. Tidak hanya itu, ia juga selalu memastikan agar agent memahami materi produk-produk BNI dan memahami solusi setiap permasalahan. Lalu, mengevaluasi kewenangan agent terhadap permintaan nasabah harus dieskalasi atau bisa diselesaikan langsung oleh agent. Pencapaian Complaint of Agents Service sebesar 0% dari target 2% berarti tidak ada nasabah yang kecewa dengan layanan dari agent.

Walaupun pencapaian KPI sudah ia penuhi sebagai Supervisor, hal tersebut tidak membuatnya berhenti untuk memiliki motivasi pengembangan diri. Untuk dapat terus mengasah dan meningkatkan kemampuan yang ia miliki, Dwi mengikuti Training for Negotiation Skill with Good Communication guna meningkatkan kemampuan komunikasi dalam bernegosiasi. Ia juga mengikuti Sertifikasi Manajemen Risiko pada bidang contact center. Lalu, Training Wealth Management ia lakukan untuk belajar mengenai produk investasi lebih dalam.

*Dani Hendri Saputra*

The Best Supervisor  
BLIBLI



## Senjata Pamungkas Sang Pendekar Samurai dalam Menangani Problematik dan Keluhan Pelanggan

**D**ani Hendri Saputra. Itulah seseorang yang kini menempati posisi sebagai seorang Supervisor Inbound di Blibli. Pria berusia 30 tahun tersebut merupakan lulusan Politeknik Negeri Semarang jurusan Administrasi Niaga. Ia bergabung di Blibli sejak 13 Desember 2013. Kini ia telah menjadi seorang pemimpin supervisor terhitung sejak 5 September 2017 hingga saat ini. Disisi lain, Dani Hendri Saputra menjuluki dirinya sebagai seorang pemimpin para “Pendekar Samurai”. Ya, istilah ini ia gunakan karena dirinya terobsesi dengan bangsawan militer Jepang yang menggunakan senjata jenis pedang tersebut.

Sebagai seorang pemimpin, tentunya ia memiliki beberapa tugas atau *gimu* (dalam Bahasa Jepang) yang harus dijalankannya seperti mengidentifikasi kendala yang terjadi dalam area yang akan dibangun untuk menuju sebuah misi yang ditargetkan,

merumuskan rencana yang tepat sasaran dan menunjang kebutuhan para pasukan, mengembangkan setiap kebutuhan *resources* untuk mencapai target, dan eksekusi yang tepat secara bertahap, serta selalu dalam kontrol agar tercapainya sebuah konsistensi.

Dengan tugas dan tanggung jawab yang diemban, pastinya ia membutuhkan *noryoku* atau kompetensi yang menunjang keberhasilan. Layaknya seorang pendekar, kompetensi yang Dani butuhkan, diantaranya *Bunseki-teki shiko (analytical thinking)*, *settoku-ryoku no aru komyunikesho (Persuasive communication)*, *mondai kaiketsu (problem solving)*, dan terakhir *Funso Kanri (Conflict Management)*. Tentunya dengan kompetensi sebanyak itu, ia diharuskan untuk selalu siap dalam menghadapi segala sesuatu yang berkaitan dengan posisi di pekerjaannya.

Bercerita mengenai obsesinya sebagai seorang “Samurai”, Dani memaknai Samurai sebagai orang yang bersenjata, dan pastinya senjata yang dimiliki seorang Samurai adalah pedang atau katana. Berkaitan dengan pekerjaannya, ia pun harus memiliki senjata pamungkas untuk bisa menangani berbagai kendala di pasukan/ anggota tempat ia bekerja. Memegang sebuah pasukan yang besar pastinya memiliki kendala yang harus ditangani dengan tepat dan bertahap. Menurutnya, saat ini ada 3 kendala yang terjadi pada pasukannya, seperti kesulitan menerima *update knowledge* yang dinamis, kurang cepat memahami informasi berupa teks, dan seringkali anggota mengalami kejenuhan dalam proses pencapaian target. Dalam prosesnya, ia mulai menganalisa *sapododeta* atau data pendukung. Dari 3 poin parameter penilaian anggotanya, ia mengkritisi bagan *live monitoring*, *quiz*, dan *repetitive*. Data ini ia peroleh untuk periode Januari sampai Desember 2021.

## Cerita Pemenang Platinum

Segala problematik dan keluhan tersebut bermuara kepada senjata pamungkasnya yang ia beri nama “SAMURAI” (**SAM**one who need to help from **Under construction** to **RAI**se). Berbicara *Someone who need to help*, ia sebagai pemimpin pasukan tidak boleh terburu-buru dalam mengambil keputusan. Ia juga harus menganalisa siapa-siapa saja pasukan yang membutuhkan bantuan untuk diperbaiki secara performance nya. Lalu *under construction*. Ia memberikan treatment khusus untuk memperbaiki *performance* pasukan pada tahap ini. Lalu yang terakhir ada *Raise*.

Untuk program pamungkas ini, Dani memperkenalkan *raise* sebagai salah satu program untuk meningkatkan kepuasan *customer* yang diberi nama *AHA moment*. Mengenai *Aha moment* ini ia menjelaskan bahwa program ini dapat merangkum beberapa momen-momen penting yang bisa membuat *customer* lebih puas. Dan yang lebih menariknya, ia dan pasukan mengirimkan sesuatu berupa momen tersebut tanpa sepengetahuan *customer*, seperti mengirimkan hadiah ulang tahun, kartu ucapan, dan souvenir.

Dengan segala kreativitas hingga pengembangan diri yang ia lakukan, pada ujungnya membawa dampak baik terhadap pencapaian kinerjanya. Hal ini terlihat dari ketiga parameter yang ia analisa, mulai dari *live monitoring*, *quiz*, dan *finding repetitive* mengalami progres yang sangat signifikan. Data ini ia ambil dari 6 bulan terakhir tahun 2022 pada Januari dan Juli. Pada parameter *live monitoring*, para pasukannya mengalami kenaikan dengan average sebesar 81,3 dengan target pencapaian sebesar 80. Hal ini dapat dikatakan skor yang ia dan pasukannya peroleh mendapatkan kenaikan sebesar 7%. Lalu untuk parameter *quiz*, pasukannya pun mengalami kenaikan sebesar 8%, dengan pencapaian sebesar 92,8 untuk target 90. Dan yang tidak kalah

mengejutkan, pasukannya juga menurunkan tingkat *finding repetitive* per agent menjadi hanya 4 *finding per agent*. Hal ini dapat dikatakan sekitar 63% penurunan dari pencapaian sebelumnya. “*Sugoi!*” (sangat menakjubkan), ucapnya.

Dani memiliki beberapa motivasi untuk terus mempertahankan kinerja yang dicapai. Pertama, ia menargetkan menjadi manajer agar bisa mendapatkan kesempatan untuk mendvelop tim dengan scope yang lebih besar. Kedua, ia melakukan mapping agent dengan menyesuaikan kompetensi, *soft skill*, dan *hard skill* pekerjaan agent. Dan yang terakhir terkait motivasinya yang sangat unik, ia selalu bermimpi termotivasi bisa pergi ke Kyoto dan Osaka. Kenapa? Karena Jepang sangat kental dengan budayanya, salah satunya budaya yang ia ingin rasakan, yakni upacara menikmati teh. Upacara menikmati teh yang sakral ini dengan aturan yang unik bisa kita sebut Sadou. “*Pastinya menggunakan teh hijau yang lebih bisa kita sebut Matcha*”, ucapnya.

Ada sebuah quotes dari nenek moyang terdahulu yang dijadikan anutan oleh Dani Hendri Saputra hingga kini, “*Senpou wa ippou kara Hajimaru*”. Yang berarti, ribuan langkah pun diawali dengan langkah pertama, dan ini adalah salah satu langkah pertamanya menuju kesuksesan.



## *Afrizal Kurniawan*

The Best Agent Digital Media Sosial Publik  
Kantor Layanan dan Pengaduan Ditjen Pajak -  
Kementerian Keuangan



## ***Tax Enthusiast* yang Berhasil Menyukseskan Program Perusahaan Melalui Media Sosial**

**A**frizal Kurniawan yang kerap dikenal dengan Goizza di media sosial ini lahir di Bantul pada tanggal 16 Oktober 1992. Pria berumur 29 tahun ini berhasil menyelesaikan studi Administrasi Perpajakan di Sekolah Tinggi Akuntansi Negara pada tahun 2013. Ia telah bergabung dengan Direktorat Jenderal Pajak sejak tahun 2014. Pada bulan Mei 2021, ia resmi menjadi Agent Sosial Media di contact center pemerintah pertama dan terbesar di Indonesia, yaitu Kring Pajak 1500 200.

Sebagai Agent Sosial Media, ia memiliki tugas dan tanggungjawab yang harus dilakukan. Pertama, ia bertugas untuk memberikan informasi perpajakan mulai dari ketentuan umum hingga tutorial aplikasi yang disampaikan oleh pelanggan si Kawan Pajak. Selanjutnya, ia juga memberikan layanan transaksional melalui *direct message*. Layanan tersebut merupakan layanan DJP yang membutuhkan kerahasiaan data wajib pajak SPT layanan #LupaEFIN #ValidasiNPWP. Tidak hanya itu, Afrizal melakukan

eskalasi disaat ada pertanyaan yang belum diatur sesuai ketentuan atau yang membutuhkan penegasan lebih lanjut. Oleh karena itu, ia meneruskan pertanyaan tersebut kepada direktorat terkait.

Kompetensi tentunya ia miliki untuk menjalankan tugas dan tanggungjawab tersebut dengan baik. Afrizal memiliki 3 kompetensi, di antaranya Social Media Geek, Creative Content Making, dan Writing Skill. Kompetensi Social Media Geek, yakni antusiasmenya dengan dunia media sosial menjadi keuntungan bagi seorang Agent Sosial Media. Saat ia menemukan hal viral di media sosial, ia selalu memikirkan kaitannya, seperti apakah hal tersebut berhubungan dengan pajak atau tidak. Dari hal tersebut, ia menggunakan kompetensi Creative Content Making, yaitu ikut terlibat dalam pembuatan konten akun media sosial DJP dan digunakan juga sebagai salah satu pilihan dalam menjawab mention #KawanPajak. Tidak hanya konten video, Twitter merupakan media sosial yang berbasis tulisan dengan karakter yang terbatas. Oleh karena itu, kemampuan *Writing Skill* ia miliki guna agar mampu menyederhanakan peraturan perpajakan yang kompleks ke dalam rangkaian *tweet* singkat dan mudah dipahami oleh Kawan Pajak.

Pada Maret 2022, DJP menyampaikan sebuah imbauan mengenai Program Pengungkapan Sukarela (PPS) melalui email kepada wajib pajak. Program tersebut merupakan pemberian kesempatan kepada wajib pajak untuk melaporkan kewajiban pajak yang belum dipenuhi secara sukarela melalui pembayaran pajak berdasarkan pengungkapan harta. PPS memiliki periode yang terbatas, yakni dari Januari hingga akhir Juni 2022. Email imbauan tersebut menimbulkan banyak respon dari kawan pajak sehingga pada Bulan Maret, pertanyaan mengenai PPS meningkat 3x lipat dari sebelumnya. Namun, gelombang pertanyaan PPS ini bukan satu-

satunya yang menjadi perhatian. Pada bulan Maret juga terdapat batas akhir pelaporan SPT Tahunan orang pribadi sehingga pertanyaan mengenai SPT juga tidak kalah banyak. Sebagai Agent Sosial Media, memastikan semua pertanyaan masuk dapat ditangani telah menjadi tugasnya. Di sisi lain, pertanyaan berkaitan PPS tidak dapat dikesampingkan karena terdapat beberapa respon negatif terkait dengan email imbauan. Hal tersebut perlu ia tangani secara seksama untuk menjaga citra institusi. Sebagai garda terdepan DJP ia turut serta menyukseskan program PPS dan meyakinkan kawan pajak agar mengikuti PPS dengan segudang manfaat.

Dalam hal ini, kreativitas yang ia miliki diuji. Tujuan pertama yang harus ia capai, yaitu memastikan mention meningkat di bulan Maret tertangani. Untuk itu, ia memiliki kreativitas Mapping & Profiling. Ia melakukan Mapping untuk memetakan pertanyaan yang masuk berdasarkan kebutuhan layanan seperti PPS, SPT dan layanan lainnya. Untuk SPT Tahunan, ia sudah menyiapkan template jawaban karena SPT Tahunan merupakan hal yang berulang setiap tahunnya. Oleh karena itu, ia dapat menangani semua mention terkait SPT Tahunan dengan mudah sehingga dapat fokus pada layanan PPS yang membutuhkan penanganan khusus. Setelah itu, ia melanjutkan kreativitas Profiling, yakni mengklasifikasikan berdasarkan respon wajib pajak. Semua respon tersebut ia bagi menjadi 3 respon, seperti wajib pajak skeptis merupakan wajib pajak yang memberikan respon imbauan PPS dengan kalimat negatif, seperti penolakan dan respon nyinyir. Wajib pajak netral adalah wajib pajak yang memahami program PPS namun tidak menunjukkan ketertarikan. Terakhir, wajib pajak antusias yang memiliki respon ketertarikan terhadap PPS. Untuk itu, ia melakukan Profiling agar dapat memberikan penanganan yang tepat terhadap respon tersebut.

Selanjutnya, kreativitas kedua yang ia lakukan, yakni *Writing To Influence*. Ia merespon dengan jawaban positif, fun, dan semangat untuk wajib pajak skeptis. Untuk wajib pajak netral, ia memberikan jawaban yang negosiatif dengan menawarkan keunggulan dari program PPS untuk menyakinkan kawan pajak. Untuk wajib pajak yang antusias, ia memberikan respon apresiasi dan menawarkan bantuan terlebih lanjut untuk memastikan ketertarikan berujung pada keikutsertaan program PPS. Ia memiliki kreativitas ketiga, yaitu *Creative Content Making* untuk mengantisipasi mention yang banyak dengan pertanyaan serupa. Dengan persetujuan manajemen, ia bersama dengan tim memproduksi konten video tentang manfaat PPS. Konten tersebut dipublikasikan di akun Kring Pajak agar dapat dilihat kawan pajak lebih luas.

Dari kreativitas yang ia lakukan tersebut memberikan manfaat bagi diri sendiri, pelanggan dan instansi. Baginya, kreativitas tersebut dapat membantu menjaga produktivitas sebagai agent. Meskipun jumlah mention banyak, ia dapat bisa menanganinya sehingga target speed yang terjawab tetap tercapai. Bagi wajib pajak manfaatnya, yaitu menjadi lebih paham hingga memberikan apresiasi. Hal tersebut dapat dilihat dari respon kawan pajak yang memberikan apresiasi dan menunjukkan ketertarikan untuk mengikuti PPS. Bagi instansi, memberikan manfaat yang berlaku untuk masa kini dan masa depan, seperti kreativitas membuat konten. Selain digunakan untuk menjawab mention, konten tersebut bisa menjadi viral sehingga engagement masyarakat terhadap program meningkat.

Namun, hal tersebut tidak cepat membuat diri Afrizal puas sehingga ia terus melakukan pengembangan diri untuk menunjang kemampuan. Pengembangan diri pertama, yaitu meningkatkan *hard skill* dengan training seperti mengikuti In House Training via

## Cerita Pemenang Platinum

Zoom dan mengikuti seminar perpajakan untuk selalu *up to date* dengan peraturan perpajakan. Selanjutnya, ia mengikuti kelas digital marketing agar ilmu tersebut dapat membantu untuk mempengaruhi orang lain agar taat pajak. Selain itu, ia juga selalu menjaga fisiknya dengan melakukan *workout* agar fisik sehat, mental kuat, dan menjadikan dirinya agent yang tahan banting.

Kompetensi, kreativitas, dan pengembangan diri yang ia miliki dapat membuat dirinya bekerja dengan maksimal. Hal tersebut memberikan dampak baik terhadap Key Performance Indicator semester 1 tahun 2022. Afrizal mencapai target dalam Answered Tweet sebanyak 95,7% dari 85%. Ia juga berhasil menjaga *Response Time* dengan seminimal mungkin. Selain itu, *Quality Score* yang ia miliki berhasil mencapai 100%. Lalu, Adherence To Schedule, yaitu ketepatan waktu *online* ia capai di angka 100% karena selalu menyiapkan waktu 5 menit lebih awal. Semua pencapaian tersebut, membuat Afrizal meraih Best Agent Sosial Media untuk bulan Januari dan Mei 2022.

Tidak hanya itu, ia memiliki target menyelesaikan pendidikan S1 dan melanjutkan pendidikan S2 di luar negeri. Dalam waktu dekat, ia ingin menjadi seorang trainer agar fokus di bidang edukasi perpajakan dan membagikan *hard skill* dan *soft skill* kepada orang lain. Terakhir, ia akan membranding diri sebagai *Tax Enthusiast* dengan membagikan informasi secara rutin mengenai perpajakan melalui media sosial pribadinya.

*Yuandini*

The Best Desk Control  
PT Bank Central Asia, Tbk



## Mengatasi Lonjakan Incoming dengan Program INSPEKSEA

**Y**uandini, seorang pria yang lahir di kota dengan ikon Gunung Galunggung, yakni Tasikmalaya pada 25 Februari 1983. Ia berhasil mendapatkan gelar Sarjana Teknik Informatika dari STMIK Cikarang. Sejak Januari 2021, ia memulai karier di Halo BCA sebagai Desk Control spesialis sosial media WhatsApp.

Terdapat 4,2 juta nasabah BCA yang menyapa melalui layanan WhatsApp dan tercatat rata-rata 11.400 dari nasabah per hari. Untuk dapat memberikan respon sapaan nasabah dengan baik, ia memiliki tugas dan tanggungjawab. Pertama, *Forecasting*, yaitu memperkirakan berapa jumlah nasabah yang akan menyapa dan jumlah agen yang akan disediakan. Selanjutnya, *Scheduling* ialah menempatkan jumlah agen yang efektif di setiap pelayanan guna seluruh kebutuhan nasabah dapat terpenuhi. Ketiga, *Floor Monitoring*, yakni ia melakukan pengawasan untuk seluruh kondisi di contact center. Lalu, ia juga

melakukan *Reporting* atau membuat laporan kepada manajemen untuk dijadikan acuan dalam membuat keputusan selanjutnya.

Yuandini memiliki kompetensi terbaik untuk dapat melakukan tugas dan tanggungjawab tersebut. Pertama, *Analytical Thinking*, yakni kemampuan menganalisa yang digunakan di forecasting untuk memperkirakan jumlah nasabah yang akan datang dan jumlah agen yang dibutuhkan. Dengan kompetensi tersebut, penjadwalan yang dilakukan menjadi tepat sasaran. Selain itu, ia memiliki kemampuan *Decision Making* untuk mengantisipasi kebutuhan pencapaian target layanan. Lalu, Yuandini juga memiliki kompetensi *Creative Thinking*, yang mana ia selalu memiliki cara baru untuk kemampuan pembuatan jadwal hingga report termasuk menghadapi lonjakan *incoming contact*.

Saat berada di puncak pandemi, dimana Wisma Atlet dan fasilitas kesehatan tidak bisa menampung dan juga tenaga kesehatan bertumbuhan, kondisi tersebut memberikan dampak terhadap ekonomi secara global sehingga banyak orang melakukan tindak kejahatan karena kebutuhan. Begitu pula dengan dunia contact center, ia harus mengawasi ketidaksesuaian dan siap siaga menghadapi lonjakan *incoming contact* yang tidak bisa diprediksi. Untuk itu, ia menjalankan program kerja bernama INSPEKSEA, yaitu *strict monitoring to get the SEA (Service level, Ensure queue time before 2 minute, Adherence to schedule) goals*. Program ini memiliki tujuan untuk mengantisipasi lonjakan *incoming* serta meningkatkan kepatuhan agen contact center.

Sebagai Desk Control, ia memiliki tiga alasan kuat untuk menjalankan program kerja INSPEKSEA. Pertama, *WhatsApp High Demand*, yaitu aplikasi tukar pesan instan nomor satu yang digunakan secara global terutama di Indonesia. Hal tersebut dapat

dilihat dari pertumbuhan minat nasabah yang menghubungi BCA melalui layanan WhatsApp. Pada tahun 2021, terjadi kenaikan *incoming contact* 218% dari 3 bulan terakhir. Oleh karena itu, ia harus memastikan ketersediaan layanan untuk menjawab semua sapaan nasabah. Selanjutnya, *Incoming Anomaly*, ialah lonjakan *incoming* di luar prediksi yang diakibatkan oleh permasalahan faktor internal. Contohnya, tanggal 1-3 Desember 2021 terjadi kenaikan jumlah *incoming* sebesar 107% dari rata-rata harian *incoming*. Hal tersebut terjadi karena terjadinya kendala log-in click BCA bisnis, transaksi tarik tunai di ATM, dan top up ke virtual account. Kejadian tersebut membuat ia dan tim nya kurang istirahat dikarenakan harus memantau pergerakan *incoming*, kehadiran agen, dan permasalahan nasabah lainnya. Di sisi lain, ia juga harus menjaga agar pencapaian sesuai dengan target. Hal tersebut mempengaruhi pencapaian rata-rata Service Level di tahun 2021 di angka 68,51% yang mana masih di bawah target minimal dan disebabkan oleh kenaikan *incoming* yang tidak dapat diprediksi dan tidak ada *plan back up*. Oleh karena itu, dengan adanya program kerja ini diharapkan Service Level dapat meningkat minimal 96%. Tidak hanya itu, hal ini juga mengakibatkan rata-rata waktu nasabah menunggu di tahun 2021, yakni 7 menit 4 detik melebihi target maksimal. Untuk itu, sasaran perbaikan dari program kerja ini, di antaranya waktu tunggu nasabah dilayani tidak lebih dari 2 menit. Alasan kuat terakhir, yaitu *Adherence To Schedule* ialah kepatuhan agen terhadap waktu yang sudah dijadwalkan berpengaruh terhadap pencapaian *Service Level* di waktu pelayanan. Selama tahun 2021, ada rata-rata 6 temuan per bulan pada kepatuhan jadwal agen. Mulai dari lupa jadwal *break*, salah jadwal *break*, dan penyalahgunaan AUX. Hal tersebut dapat berakibat pada ketersediaan layanan. Dengan adanya program kerja ini, ia memiliki sasaran, seperti tidak terjadi pelanggaran kesalahan terhadap penjadwalan.



Untuk memecahkan masalah dari ketiga hal tersebut, ia memiliki tiga kreativitas utama untuk menjaga kepuasan pelanggan. Sebagai Desk Control, ia harus memastikan bahwa contact center Halo BCA agar tetap mudah diakses walaupun jumlah incoming tidak bisa dikendalikan. Ketiga kreativitas tersebut ia namakan dengan *Turn Back Crime (Turn On Tactical Emergency, Backup Emergency Queueing Team, dan Crime Hunter Method)*. Pertama, *Turn On Tactical Emergency* dibutuhkan saat terjadinya lonjakan *incoming* karena faktor internal problem. *Tactical Emergency* dilakukan jika kendala sudah teridentifikasi dan terkonfirmasi serta pencapaian *Service Level* di angka 80%. Terdapat 3 hal yang dilakukan, yang pertama adalah *eliminating* dimana tidak memberikan *upselling* dan *crossselling*, ia dan para agen juga tidak melakukan *consist analysis* karena permasalahan sudah terkonfirmasi. Selanjutnya, *Reducing*, yaitu memberikan dua kali pengingat apakah nasabah masih terhubung saat nasabah tidak ada respon. Hal tersebut dilakukan saat kondisi normal, namun tidak dilakukan saat *incoming anomaly*. Terakhir *standardizing*, yakni menyiapkan standar *script* terkait kendala yang dapat digunakan oleh seluruh agen. Ketiga hal tersebut bertujuan untuk mempersingkat waktu dalam *menghandle* nasabah saat terjadi kendala agar nasabah lain dapat segera ditangani.

Tujuan utama yang ingin dicapai oleh Yuandini ialah membuat nasabah mudah mengakses layanan sehingga ia selalu menjaga ketersediaan sumber daya untuk menangani peningkatan jumlah call masuk. Tidak ada pilihan lain selain menjaga stabilitas efektifitas dan efisiensi penggunaan sumber daya. Oleh karena itu, ia menyiapkan individu-individu terbaik yang siap siaga saat terjadi lonjakan incoming. Hal ini, ia lakukan dengan kreativitas kedua, yaitu *Backup Emergency Queueing Team*. Equ Team terdiri atas agen dari skill sosial media lain, tim leader layanan WhatsApp,

dan tim leader layanan sosial media lain yang telah disepakati sebelumnya. Hal ini distandarisasi agar selalu siap siaga dan sigap setiap saat dalam menghadapi kenaikan *incoming* yang tidak dapat diprediksi.

Kreativitas ketiga disebut *Crime Hunter Method* dengan tujuan utama adalah menemukan ketidaksesuaian serta menindak semua bentuk pelanggaran penjadwalan, menurunkan jumlah temuan yang berdampak pada ketersediaan layanan. Pertama, ia melakukan *Monitoring* dan *Flooring* guna memastikan kesesuaian jadwal serta menemukan fakta-fakta yang dapat dijadikan sebagai evaluasi selanjutnya. Lalu, laporan hasil pengawasan akan diberikan secara periodik baik untuk internal maupun manajemen. Selanjutnya, ungkap fakta -investigasi data. Fakta yang ia temukan akan disampaikan kepada tim leader dari agen contact center terkait serta memberikan waktu maksimal 3 hari untuk proses validasi, investigasi, dan tindak lanjut. Temuan tersebut dijadikan salah satu komponen penilaian kinerja baginya dan operation. Yuandini membuat reminder melalui broadcast message kepada seluruh staff contact center untuk mencegah terjadinya temuan terkait kepatuhan terhadap penjadwalan. Tidak hanya itu, fitur internal pada aplikasi back office Halo BCA juga digunakan sebagai reminder agar agen contact center menerima personal dari desk control berbentuk pop up di layar seperti personal assistant pengingat jadwal.

Berkat program INSPEKSEA, terdapat perubahan dalam pencapaian service level naik yang sebelumnya 68,51% menjadi melebihi target 95% di 2022. Lalu, *Average Queue Time* rendah yang sebelumnya 8 menit 44 detik menjadi di bawah target maksimal 2 menit. Selanjutnya, *Adherence To Schedule* yang sebelumnya 6 temuan di 2021 menjadi tidak ada temuan lagi di tahun 2022. Hal tersebut

membuktikan bahwa agen contact center sudah patuh dan disiplin. Sebagai Desk Control, ia merasa bangga bisa memberikan kontribusi terhadap perusahaan dengan pencapaian tersebut.

Yuandini juga telah melakukan beberapa pengembangan diri untuk dapat meningkatkan kompetensi dan kontribusi terhadap perusahaan. Pertama, Certified BSMR Level 1&2 yaitu Badan Sertifikasi Manajemen Risiko guna mengetahui dan menangani berbagai macam resiko yang mungkin akan timbul di proses contact center seperti risiko reputasi. Kedua yaitu Be A Trainer, ia menjadi seorang trainer untuk melatih dirinya berkomunikasi secara efektif yang ia terapkan dalam menyampaikan tujuan target pelayanan sehingga desk control dan operation memiliki pemahaman yang sama untuk mencapai tujuan pelayanan. Ketiga adalah Sport, ia menyukai olahraga voli untuk kesehatan jasmani dan juga melatih kontrol diri, kedisiplinan, kerja sama dan fokus terhadap target pencapaian yang ia terapkan sebagai Desk Control.

Semua pengembangan diri yang ia lakukan tentunya diperlukan untuk mencapai hasil terbaik sesuai KPI. Berkat itu, ia mendapatkan KPI dengan hasil terbaik selama 6 bulan terakhir. Pertama yaitu Service Level yang menunjukkan persentase jumlah nasabah yang dapat terlayani maksimal 2 menit, ia mendapatkan nilai 97,52% dari target 95%. Selanjutnya, Monitoring Produktivitas yaitu menunjukkan hasil monitoring persentase penggunaan waktu kerja agen untuk menjalankan hal yang produktif. Ia berhasil melampaui target dengan rata-rata 87,67% dari target 86%. Lalu, *Adherence To Schedule* yang menunjukkan kepatuhan agen terhadap penjadwalan. Ia mendapatkan nilai rata-rata 99,81% dari target 95%. KPI terakhir yaitu GAP Akurasi *Forecasting* merupakan selisih antara prediksi *incoming* dengan jumlah *real* nasabah yang menghubungi dengan target maksimal 3%, ia mendapatkan nilai rata-rata 1,14%.

## Cerita Pemenang Platinum

Hasil KPI tersebut dijadikan sebagai bukti dan acuan untuk selalu konsisten dalam berkarya untuk mendukung tujuan organisasi. Ia memiliki 3 hal yang ingin ia lakukan untuk meningkatkan kinerja dan kontribusi terhadap pelayanan. Pertama yaitu *More Mastery In WFM*, mengikuti training lanjutan untuk memperdalam ilmu WFM. Lalu, *Sinergy Program: DC - OPS* bertujuan untuk memberikan pemahaman sama terhadap Desk Control dan Operation agar dapat berjalan bersama untuk mencapai tujuan. Selanjutnya adalah International Championship untuk menambah ilmu contact center seperti ajang Contact Center World.

## *Nikmah Musahorotianti*

The Best Quality Assurance  
Kereta Api Indonesia



## **Polisi Wanita a.k.a Polisi Layanan Contact Center 121 KAI**

Seorang wanita bernama Nikmah Musahorotianti, lahir di Depok tanggal 11 Agustus 1986. Nikmah berhasil menyelesaikan studinya di Institut Pertanian Bandung tahun 2007 dan tidak lama bergabung dengan dunia contact center sebagai agen inbound. Pada April 2020, ia bergabung dengan contact center 121 PT Kereta Api Indonesia Persero sebagai Quality Assurance. Seperti polisi wanita yang bertugas menjaga keamanan yang tetap memiliki sisi feminim dan dituntut untuk memiliki ketegasan yang maksimal sehingga tetap bisa menjadi sahabat bagi seluruh warga Indonesia. Hal tersebut layaknya seorang Quality Assurance di dunia contact center yang harus bertindak tegas untuk menjaga ketertiban agen dalam melayani pelanggan sesuai dengan ketentuan berlaku sehingga menciptakan lingkungan contact center yang aman dari keluhan atau komplain pelanggan. Namun, seorang Quality Assurance juga harus tetap menjadi sahabat bagi para agen untuk tetap berkembang bersama.

Nikmah memosisikan dirinya layak seorang polisi wanita tepatnya seorang polisi layanan di contact center 121. Sebagai seorang Quality Assurance, ia memiliki tugas dan tanggung jawab, di antaranya *Monitoring*, *Evaluating*, dan *Improving*. Nikmah melakukan *Monitoring* pada dua layanan, yaitu Inbound dan Media Sosial. Pada layanan Inbound, ia melakukan *Monitoring* melalui *recording* secara langsung atau sampel pelayanan dari hari sebelumnya. Sedangkan pada layanan media sosial, ia melakukan *Monitoring* melalui teks atau interaksi yang diberikan oleh para agen yang ia namai dengan Angel dan Angelo. Ia *monitoring* mulai dari *greeting* hingga *closing* yang terdiri dari parameter *critical error* dan *non critical error* melalui akun KAI Indonesia, mulai dari Instagram, Facebook, Twitter, hingga Whatsapp Bisnis. Setelah itu, ia melakukan *Evaluating* terhadap temuan yang tidak sesuai dengan pelayanan yang diberikan oleh para angel dan angelo kepada pelanggan melalui cara *hearing*, *feedback* dan *briefing*. Hal tersebut bertujuan agar para Angel dan Angelo dapat mengetahui kesalahan mereka dan tidak mengulangi kesalahan yang sama serta memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan. Ketiga, *Improving*, yakni ia harus bisa memberikan *service improvement* pada layanan contact center 121 untuk menciptakan *customer satisfaction*.

Kompetensi yang mumpuni harus dimiliki oleh Nikmah untuk dapat menunjangnya dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab. Oleh karena itu, ia memiliki 3 kompetensi mumpuni, di antaranya *Objective*, *Analytical Skill*, dan *Detail Oriented*. Pertama, ia harus bersikap *Objective* dalam melakukan pengawasan pelayanan para Angel dan Angelo, mulai dari *greeting* hingga *closing*. Pada saat melakukan penilaian, ia tidak memandang agen senior atau baru, dan juga teman dekat maupun sahabatnya. Ia harus melakukan penilaian sesuai dengan ketentuan yang berlaku di

contact center 121. Kedua, *Analytical Skill* yang tajam, fokus dan teliti harus ia miliki. Hal tersebut dibutuhkan pada saat terjadi komplain dari pelanggan, ia dapat menganalisa para Angel dan Angelo bersalah atau tidak karena komplain yang muncul belum tentu seluruhnya merupakan kesalahan dari mereka. Ketiga, kemampuan *Detail Oriented*, yaitu ia selalu melakukan segala sesuatu terutama pekerjaan secara detail dan terperinci sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan perusahaan, namun tanpa mengesampingkan hasil dan kepuasan pelanggan.

Sebagai seorang polisi di layanan contact center 121, ia memiliki program kerja yang bernama SCSP (*Solution Center Service Program*) yang bertujuan untuk menjadikan para Angel dan Angelo sebagai pusat layanan solusi bagi pelanggan setia PT KAI Indonesia. Program kerja tersebut dibuat karena beberapa latar belakang. Pertama, *various service* dimana pelayanan contact center 121 memiliki berbagai jenis, di antaranya tentang *Information, Reservation, dan Public Policy* seputar layanan publik mengenai informasi di luar produk layanan KAI. Selanjutnya, New Agent di contact center 121 terdapat sebanyak 70% di tahun 2022. Hal ini didukung oleh data atribut kinerja di tahun 2021 dimana *critical error* dan *non critical error* berhasil melampaui target dan mencapai angka 95,09% dan 93,95%. Namun, terdapat dua parameter pelayanan yang ketidaksesuaiannya mencapai jumlah tertinggi, yakni PIDANA (Probing Identifikasi Data dan Analisa Masalah) yang ditemukan sebanyak 876 temuan dan SAKSI (Syarat Kelengkapan Informasi) yang mencapai 790 temuan selama tahun 2021. Layaknya seorang polisi terhadap tindak pidana apabila saksi tidak memberikan informasi lengkap dan akurat, hal tersebut di dalam dunia contact center dapat menimbulkan keluhan pelanggan sebanyak 23 keluhan pada tahun 2021 karena pelanggan tidak mendapatkan informasi atau solusi yang dibutuhkan.

Supaya dapat menjadikan Angel dan Angelo pada layanan contact center 121 sebagai pusat solusi layanan pelanggan, maka ia melakukan tiga gebrakan kreativitas. Pertama, layaknya aturan lalu lintas sebelum pengendara mendapatkan SIM, yaitu harus melewati beberapa *test drive* dahulu. Nikmah memberikan tes agent atau *test drive* kepada para Angel dan Angelo sebelum mereka melayani pelanggan PT KAI. Para Angel dan Angelo harus melewati dua tahapan tes, yakni *product knowledge* dan *role play* dengan nilai pencapaian minimal 85. Setelah itu, ia melakukan penerbitan SIM (Surat Izin Melayani Pelanggan KAI) kepada para calon Angel dan Angelo yang telah lulus dari tahapan test agent sebagai bukti bahwa mereka layak melayani pelanggan contact center 121.

Selanjutnya, Surat Tilang (Surat Pelanggaran Pelayanan), yaitu surat tindakan pelanggaran pelayanan yang diberikan kepada Angel dan Angelo saat terjadi pelanggaran dalam pelayanan yang menyebabkan kerugian pada pelanggan, baik kerugian materi maupun waktu sehingga menimbulkan keluhan dari pelanggan. Apabila ia menemukan ketidaksesuaian identifikasi dan informasi yang tidak akurat pada Angel dan Angelo, ia akan langsung memanggil mereka untuk mendengarkan *recording* bersama, serta memberikan solusi pemecahan jawaban yang akurat agar mereka mengetahui letak kesalahannya dan tidak melakukan kesalahan yang sama. Tidak hanya itu, ia juga memberikan surat tilang tertulis sebagai acuan atas pelanggaran pelayanan yang dilakukan dan berisi komitmen dari Angel dan Angelo untuk perbaikan pelayanan berikutnya.

Pembuahan hasil pun didapatkan setelah melakukan ketiga kreativitas tersebut. Hal tersebut dibuktikan dengan penurunan jumlah keluhan pelanggan dari bulan Januari hingga Juni 2022 hanya 5



keluhan dan ketidaksesuaian parameter SAKSI dan PIDANA menjadi 313 dan 389 temuan. Jika dibandingkan dengan tahun 2021, keluhan pelanggan mengalami penurunan sebesar 50% dan parameter SAKSI serta PIDANA turun sebesar 30% dan 13%. Dengan adanya penurunan tersebut dapat berpengaruh terhadap tingkatan pencapaian atribut kinerja yang naik pada poin *critical error* dan *non critical error* sebesar 0,21% dan 0,47%.

Hasil yang membanggakan tersebut tidak membuat ia berhenti untuk mengembangkan diri. Nikmah berhasil melakukan tiga pengembangan diri untuk mengasah kemampuannya. Pertama, ia aktif berpartisipasi pada kegiatan Training yang diadakan oleh contact center 121. Lalu, ia melakukan *Meet & Greet* bersama Angel dan Angelo untuk bersosialisasi dan mengetahui lebih tentang sifat-sifat mereka. Pengembangan diri ketiga, yaitu *Enhance Communication Skill* dengan mengisi waktu luang melihat aplikasi Tiktok serta Youtube untuk mencari video motivator agar membangkitkan semangat dan kesuksesan bekerjanya.

Sebagai Quality Assurance, ia juga harus mencapai target pada *Key Performance Indicator (KPI)*. Pertama, ia mencapai nilai e-Quiz di angka 100 dari target 80 periode Januari hingga Juni 2022. Lalu, *Number Of Evaluation* selalu ia raih dengan konsisten setiap bulan melebihi target sebanyak 12 sample dari target 11 sample. Pada *Real Time Monitoring* yang memiliki target 10%, ia juga berhasil mencapai di atas target sebesar 14%. Tidak hanya itu, pada Akurasi juga ia selalu mencapai di angka maksimal, yaitu 100%. Pencapaian KPI yang selalu melebihi target tersebut, tidak membuat Nikmah berhenti memiliki motivasi. Ia memiliki beberapa motivasi pengembangan. Pertama, ia berharap untuk dapat mengikuti ajang kegiatan dalam pencapaian Sertifikasi QA untuk menambahkan dan mengasah ilmu. Kedua, ia ingin memiliki

## Cerita Pemenang Platinum

kesempatan untuk melakukan *Benchmarking* pada perusahaan seperti BCA, PLN, BI, Pajak, dan lainnya agar dapat menambah ilmu di dunia contact center. Terakhir, ia ingin menciptakan 70% super agent agar memiliki kualitas pelayanan yang super dan sempurna.

## Muhammad Luthfi

The Best Team Leader Digital  
Bank Indonesia



## Teknologi Digital “*The Game Changer,*” Mengubah Metode Layanan Informasi Publik Menjadi Lebih Baik

Muhammad Luthfi atau biasa dipanggil Luthfi ini merupakan lulusan Msc. Education Psychology dari University Of Beihua. Pria yang lahir di Jakarta pada 22 Juni 1985 ini merupakan seorang Team Leader Digital Bank Indonesia Bicara 121. BI Bicara merupakan layanan contact center Bank Indonesia yang beroperasi berdasarkan UU KIP no. 14 tahun 2008. BI Bicara mengembangkan layanan informasi publik ke dalam ranah media sosial berupa Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, dan Spotify. Sebagai Team Leader Digital, ia dapat bekerja secara mobile di kantor dan tidak selalu berada di balik meja. Luthfi dan timnya bertugas untuk mengelola dan memberikan pelayanan informasi terbaik pada kanal media sosial tersebut.

Sebagai Team Leader Digital, ia memiliki tugas dan tanggungjawab, di antaranya *Leading, Managing,* dan *Evaluating.* Tugas *Leading*

ialah membantu tim untuk mencapai target yang sudah ditetapkan perusahaan. Lalu, *Managing* dimana ia bertanggungjawab untuk mengelola tim contact center dan content creator, serta tugas *Evaluating*, yaitu mengevaluasi laporan terkait data performa layanan dan menjadikannya dasar peningkatan kualitas layanan. Supaya dapat menjalankan tugas dan tanggungjawab tersebut, Luthfi memiliki beberapa kompetensi yang mumpuni. Pertama, kompetensi *Leadership* guna memimpin tim dengan baik. Lalu, kompetensi *Creativity* untuk memberikan ide segar kepada tim guna menghadapi tantangan media sosial. Terakhir, kompetensi *Analytical* untuk melihat data secara objektif sehingga meningkatkan efektivitas pelayanan.

Selanjutnya, Luthfi memiliki program kerja yang disebut dengan, “*The Game Changer*” yang difungsikan untuk merefleksikan bagaimana teknologi digital dapat mengubah metode layanan informasi publik menjadi lebih baik. Program kerja tersebut dibuat berdasarkan beberapa latar belakang. Pertama, *Engagement Need Optimization*, yakni engagement media sosial perlu ditingkatkan. Lalu, *Conventional Handling* dimana pelayanan yang bersifat manual konvensional dan *Digital Interaction Indicator Unavailable*, yaitu belum maksimal indikator kepuasan stakeholder dengan pelayanan di media sosial. Hal tersebut didukung oleh data grafik pendukung dari engagement di setiap media sosial, yang tertinggi, yaitu terdapat di platform Instagram. Lalu, pelayanan manual dan konvensional yang menjawab pertanyaan melalui masing-masing kanal media sosial secara terpisah dapat menyebabkan rata-rata *response time* menjadi 28 menit di tahun 2021. Survei kepuasan layanan yang dilakukan sudah mencakup layanan media sosial, lalu *satisfaction index* 2021 yang diukur adalah *walk in*, telfon, email, dan juga media sosial.

## Cerita Pemenang Platinum

Untuk meningkatkan layanan digital marketing, ia memiliki beberapa ide dan kreativitas untuk dilakukan, di antaranya *Bolder*, *Simpler*, dan *Smarter*. Kreativitas *Bolder*, yaitu ia dan tim fokus pada konten media sosial yang dipublikasikan sebagai sarana edukasi publik terhadap kebijakan Bank Indonesia. Konten tersebut berdasarkan pada tujuan, yakni pemahaman publik terhadap Bank Indonesia, fungsi dan tugas Bank Indonesia, serta pengaruh dan kebijakan Bank Indonesia. Selain itu, ia mengamati dan menganalisa trend dan issue terbaru untuk diproses dengan tim menjadi sebuah konten edukasi publik disertai visual menarik dan kata efektif. *Key point* dari kreativitas *Bolder*, yaitu *update content style*, *trigger wordings*, dan *ahead the current*. Ketiga hal tersebut memiliki tujuan untuk meningkatkan *engagement* dan interaksi publik terhadap Bank Indonesia.

Lalu, kreativitas kedua disebut dengan *Simpler*, yaitu Luthfi bersama tim berusaha untuk membuat proses bisnis menjadi lebih simple atau sederhana dan efektif. Mereka mengembangkan pengetahuan serta berinovasi dengan teknologi terkini dan membantu menyederhanakan proses kerja. Khususnya, mereka menggunakan aplikasi yang dapat mengintegrasikan pelayanan melalui satu *access point* sehingga pengelolaan layanan di berbagai media sosial menjadi lebih mudah dilakukan dan data interaksi dengan stakeholder tercatat secara integratif. Tidak hanya itu, ia dan tim menggunakan teknologi penjawab otomatis untuk dapat mengurangi pertanyaan berulang serta meningkatkan efektivitas agent dengan memperhatikan empati dari agent. Dengan hal tersebut, ia dan tim dapat meningkatkan *Service Level* dan *Response Time*. *Key poin* dari kreativitas *Simpler* ini, yaitu “*Automation is better, keep the human touch, dan effectiveness as goal.*”

Kreativitas ketiga yang ia lakukan, yaitu *Smarter*. Baginya, bekerja dengan dasar dan tujuan adalah kunci efektivitas dan efisiensi dari sebuah operasional layanan informasi publik maka ia memetakan tujuan dan sasaran dari layanan digital. Lalu, ia dan tim menyusun strategi layanan dan publikasi di media sosial dan diimplementasikan oleh tim secara konsisten untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan stakeholder. Selanjutnya, ia juga melakukan pemantauan terhadap indikator kepuasan stakeholder terhadap pelayanan digital sebagai dasar evaluasi dan acuan untuk menyusun strategi layanan data dan diimplementasikan kembali oleh tim. *Key poin* dari kreativitas *Smarter* ini, yakni *integratif strategy*, *keep a consistent voice*, dan *monitor the improvement*. Ketiga kreativitas yang diimplementasikan tersebut menunjukkan peningkatan, yaitu peningkatan pada jumlah followers dan engagement per bulan terhadap konten edukasi yang dipublikasikan di media sosial serta Social Media Engagement 2022 memiliki jumlah hampir menyamai angka di tahun 2021 disertai respon positif stakeholder terhadap layanan di media sosial. Lalu, *response time* menjadi lebih cepat dengan rata-rata 19 menit dan pertanyaan berulang menurun serta nilai stakeholder *satisfaction index* untuk digital menjadi sangat baik menjadi 90,24% di semester satu tahun 2022.

Selain melakukan implementasi kreativitas tersebut, Luthfi juga terus melakukan pengembangan diri di antaranya *Teaching*, *Content Workshop* dan *Military Training*. Ia melakukan *Teaching* untuk menambah wawasan dan mengasah kreativitas terhadap publicspeakingterkait psikologi dan media sosial. Lalu, ia mengikuti *Content Workshop* terkait media sosial untuk menjaga kualitas konten yang dipublikasikan serta melakukan *Military Training* agar memperkuat pribadi mandiri dan jiwa leadership yang baik. Pengembangan diri tersebut mempengaruhi *Key Performance*

## Cerita Pemenang Platinum

*Indicator Luthfi dan timnya. Untuk Team Productivity Score, ia dan timnya mampu melampaui target yang telah ditentukan sebanyak 98% dari target 95%. Lalu, ia dan timnya mampu mencapai Response Time dan secara konsisten berada di rata-rata 19 menit per pertanyaan dari target 25 menit. Selain itu, KPI Team Quality Monitoring Score mencapai 85% dari target awal 80% serta Indicator Engagement melampaui target menjadi naik 5% dari tahun sebelumnya, yakni 68,646.*

Pencapaian tersebut dijadikan motivasi untuk mengembangkan diri bagi ia dan timnya. Untuk itu, ia memiliki 3 motivasi pengembangan diri di antaranya *Statistical Media Social, Development of AI Machine Learning, dan Direct and Personal Approach. Motivasi Statistical Media Social* yaitu ia tertarik untuk memperdalam research media sosial melalui pendekatan statistik untuk menentukan faktor yang mempengaruhi jumlah engagement. Lalu, untuk *Development of AI Machine Learning* yaitu ia berharap dapat mengimplementasikan teknologi AI untuk meningkatkan efektivitas pelayanan tim digital terutama pada layanan chat bot agar stakeholder mendapatkan informasi lebih cepat. Terakhir, *Direct and Personal Approach* yaitu ia ingin memiliki pendekatan lebih personal dan langsung kepada stakeholder Bank Indonesia maupun anggota timnya sendiri.

## *Ilyas Tirmidzi*

The Best Team Leader Inbound  
Indonesia Comnets Plus (ICONNET+)



## **Mencapai Target Tim dengan Strategi IN-VISIBLE (*In- Vision Table*)**

Ilyas Tirmidzi merupakan seorang pria yang lahir di Jakarta, pada 12 Maret 1992. Ia memiliki bekal pendidikan Diploma Manajemen Perhotelan yang membuat ia sangat paham mengenai istilah melayani pelanggan. Sejak Februari 2021, ia mulai bergabung dengan dunia contact center ICONNET sebagai Agent Inbound. Ia selalu memberikan pelayanan terbaik dan andal agar pelanggan merasa puas dan terbantu atas permasalahan yang dialami. Berkat sikap kerja yang profesional dan bertanggung-jawab, ia mendapatkan kesempatan untuk menjadi Team Leader Inbound sejak bulan Agustus 2021 hingga saat ini. ICONNET merupakan salah satu produk dari PT Indonesia Comnet Plus. ICONNET merupakan jasa internet dengan 100% produk asli Indonesia yang handal, terjangkau, dan unlimited. Dengan jaringan *fiber optic* yang didukung dengan ROW (Right Of Ways) PLN, maka Iconnet dapat menggunakan tiang listrik PLN untuk mempercepat pembangunan infrastruktur dalam memperluas jaringan.



Telah tercatat pengguna internet sebanyak lebih dari 205 juta pengguna di Indonesia sejak era revolusi industri 4.0 sehingga internet menjadi kebutuhan pokok masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan pertumbuhan pelanggan ICONNET dan juga berdampak pada peningkatan sejumlah pelaporan yang masuk pada contact center ICONNET. Ada lebih dari 1000 pelaporan setiap hari yang menghubungi layanan inbound. Untuk dapat memberikan pelayanan cepat dan maksimal, kuncinya adalah kemampuan agen dalam menerima pelaporan pelanggan. Ada beberapa tantangan yang ia hadapi, salah satunya, yaitu penurunan pencapaian target produktivitas. Sebagai Team Leader Inbound, ia memiliki beberapa tugas dan tanggungjawab. Pertama, pengawasan kinerja tim, ia melakukan pengawasan operasional secara berkala untuk menjaga produktivitas dan kualitas layanan. Pengawasan dilakukan secara langsung saat agen memberikan pelayanan kepada pelanggan termasuk saat memberikan keakuratan informasi. Ia juga melakukan penarikan data produktivitas sehari sebelumnya untuk memantau pencapaian harian dan ia menginformasikan data tersebut agar menjadi motivasi untuk agen dalam menjalankan tugas.

Ilyas melakukan koordinasi dengan Team Quality Assurance untuk mengetahui perbaikan kualitas layanan setiap agen agar memastikan agen tidak mengulangi kesalahan yang sama. Dari pengawasan, ia melakukan pencatatan yang baik untuk digunakan sebagai Analisa dan Evaluasi Kinerja Tim. Ia melakukan analisa untuk mengetahui indikator pelayanan yang sesuai dan yang harus diperbaiki agar pencapaian tim lebih baik lagi. Lalu, ia mengurutkan rata-rata jumlah call, durasi call, dan *handling time* yang berakhir dengan menemukan 5 agent yang memiliki produktivitas terendah. Ilyas segera melakukan evaluasi terhadap kinerja dan kendala dalam melaksanakan tugas kerja sehingga produktivitas

yang dicapai lebih rendah dibandingkan agent lainnya. Data analisis informatif tersebut ia gunakan sebagai dasar kuat untuk evaluasi pencapaian individu agent serta menentukan prioritas indikator perbaikan untuk Bimbingan Tim. Melalui pengawasan, analisa serta evaluasi tim, ia dapat melihat aspek perkembangan setiap agen. Untuk dapat meningkatkan performa setiap anggota, ia melakukan bimbingan tim sesuai dengan kebutuhan pengembangan diri agar meningkatkan kemampuan memberikan pelayanan. Bimbingan Tim yang diberikan berupa sharing session, bedah kasus atau memotivasi agen untuk mencapai target.

Sebagai Team Leader Inbound, ia memiliki kompetensi mumpuni untuk menjalankan tugas dan tanggung jawab agar dapat memberikan pelayanan yang prima. Pertama, kompetensi Responsive dimana ia mampu memberikan respon yang cepat dan tepat sesuai kebutuhan agen untuk membantu penyelesaian masalah agar pelayanan ICONNET dapat memuaskan pelanggan. Lalu, *Influence*, yakni mempengaruhi orang lain untuk menjadi positif agar dapat mengembangkan diri setiap orang di dalam timnya. Ia dapat memberikan arahan agar agen dapat memiliki pengertian yang baik dalam melakukan tugasnya. Selanjutnya, *Critical Thinking* dalam melihat permasalahan yang ia latih sejak aktif dalam berorganisasi. Berbagai macam pelaporan pelanggan, ia dapat membantu penyelesaian dan memberikan solusi dari permasalahan yang tidak bisa diatasi oleh agen.

Ilyas memiliki beberapa kreativitas dalam mengelola operasional agar target dapat dicapai sebagai Team Leader Inbound. Salah satunya, yaitu produktivitas yang tidak tercapai. Oleh karenanya, ia membuat sebuah program kerja yang disebut IN-VISIBLE. Sebuah tabel data In-Visible (In-Vision Table) berisikan data pencapaian produktivitas seluruh agent Inbound selama bertugas dengan

indikator total call, durasi all, dan handling time. Ketiga indikator tersebut merupakan hal yang penting. Pertama, *Unachieved Productivity Target* dimana sesuai target operasional yang telah ditetapkan oleh perusahaan seperti prediksi incoming call, kemampuan tools dan waktu kerja efektif yang terdapat kendala internal maupun eksternal untuk mencapai target. Dengan tabel transparansi invisible, agent dapat termotivasi dan terpacu dalam mencapai target produktivitas karena tabel tersebut memberikan informasi perbandingan pencapaian antar agent.

Kedua, *Performance Awareness* dimana ketidaktahuan agen dalam pencapaian produktivitas setiap hari menjadi salah satu kendala untuk meningkatkan performa. Dengan Invisible, agen dapat menyadari potensi diri agar bisa meningkatkan pencapaian target produktivitasnya sehingga membuat agen lebih bersemangat dalam bersaing secara sportif untuk mencapai target yang ditetapkan. Selain itu, setiap telepon yang terhubung dengan contact center ICONNET dikenakan biaya 1.500 rupiah per menit yang dibebankan kepada pelanggan dan 600 rupiah per menit ditanggung perusahaan. Oleh karena itu, Cost Per Call dapat dikurangi dengan meminimalisir durasi setiap call. Dengan invisible, ia menginformasikan mengenai data Handling Time agar agen bisa memberikan pelayanan prima dan efektif agar Cost Per Call perusahaan berkurang.

Ia memiliki 3 kreativitas yang dapat mendukung program kerja Invisible. Pertama, *Be Real Time* yaitu selalu melakukan *up to date* data setiap hari dengan penarikan data produktivitas satu hari sebelumnya. Ilyas selalu konsisten mengisi data pada tabel dan membagikan informasi secara *real time* pada timnya. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kelebihan dan potensi yang dimiliki para agen dan sebagai sarana peningkatan kinerja agen dalam

memberikan pelayanan. Lalu, *Validate* dimana ia melakukan pengecekan, perhitungan dan analisa secara detail untuk memastikan data rekapitulasi sesuai dengan data detail agar meminimalisir kesalahan pada data yang disampaikan. Tidak lupa, ia juga berkoordinasi dengan Operation Support Readiness untuk mendapatkan data yang akurat. Terakhir, *Inform*, yakni ia menginformasikan dengan komunikasi efektif kepada agen secara berkala untuk meningkatkan produktivitas agar target tercapai. Jika pencapaian target belum sesuai, ia melakukan konseling untuk mengetahui kendala dan tantangan yang dialami oleh agen serta melakukan pembinaan sesuai kebutuhan untuk meningkatkan performa agent secara berkelanjutan. Program In-Visible yang ia jalankan dari bulan Januari hingga Juni 2022 dapat menghasilkan peningkatan pada pencapaian peningkatan produktivitas sebesar 76% dalam menangani *incoming call* yang berpengaruh pada peningkatan *Service Level*. Dengan agent yang paham tugas dan tanggungjawab, maka agent juga termotivasi melayani pelanggan secara konsisten.

Sebagai pekerja profesional, Ilyas dapat mengembangkan kompetensi untuk meningkatkan keberhasilan dalam mencapai target. Oleh karena itu, ia melakukan 3 pengembangan diri yang telah dilakukan. Pertama, *Public Speaking* yang baik untuk dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam melakukan pembinaan dengan mengikuti beberapa pelatihan. Lalu, *Excel Basic* dimana ia mengikuti pelatihan Excel secara *online* untuk menunjang pekerjaan dalam menyajikan laporan data. Terakhir, *Sport Session*, yaitu mengikuti olahraga yang diselenggarakan perusahaan, ia dapat meningkatkan produktivitas dan kerja sama tim sehingga dapat menciptakan lingkungan kerja yang nyaman karena terjalin hubungan antar rekan kerja.

## Cerita Pemenang Platinum

*Service Excellent* tidak akan tercapai tanpa pelayanan berkualitas dari agent, dengan In-Visible ia pun mendapatkan nilai yang optimal. Disertai dengan *Key Performance Indicator* yang dicapai di 2022. Pertama, *Average Attendance* yang mencapai rata-rata 100%. Lalu, *Average Team Product Knowledge* yaitu 90%. Ketiga, *Average Reporting Accuracy* mencapai 100% dan *Average Team Occupancy* mencapai 76%.

Ia memiliki motivasi pengembangan diri untuk mengembangkan diri agar dapat memberikan solusi pada setiap permasalahan pelanggan. Pertama, ia ingin menulis cerpen agar dapat melatih penggunaan kata yang baik dan terarah serta dapat menunjang dirinya dalam membuat laporan yang akurat dan informatif. Kedua, informasi dan teknologi jaringan dibutuhkan di jaman yang serba cepat ini. Maka, ia ingin hadir dalam percepatan perkembangan jaringan yang ada di Indonesia khususnya perkembangan ICONNET dengan mempelajari teknologi jaringan secara *online*. Terakhir, *Workshop Leadership* guna menambah wawasan dalam menjadi tugas sebagai Team Leader dan dapat membantu pencapaian tim agar menjadi The Best Team setiap bulan.

## *Deva Dimaski Panditya Lubis*

The Best of Best Agent Inbound  
PT Bank Central Asia, Tbk



## **Seorang *Spider Hero* di Halo BCA dengan *First 10's of Service***

**D**eva Dimaski Panditya Lubis. Seseorang yang kini menempati posisi sebagai seorang Customer Service Officer di BCA. Pria berusia 25 tahun tersebut merupakan lulusan STIE Dewantara Bogor jurusan Business Management. Awal Deva Dimaski Panditya Lubis bergabung di BCA yaitu sejak bulan Januari tahun 2020. Posisi yang ia tempati saat itu belum menjadi seorang Customer Service (seperti saat ini), melainkan seorang Agent Telemarketing. Kini, posisi Customer Services membuatnya harus senantiasa untuk menolong nasabahnya, tentunya menolong sesuai jobdesk, dan kemampuan yang ia miliki.

Sebagai seorang Customer Service, tentu saja Deva Dimaski Panditya Lubis atau biasa dipanggil Deva memiliki banyak tugas dan tanggung jawab. Dari banyaknya tugas dan tanggung jawab, ia memberinya dengan sebutan nama “HIGH”. HIGH disini memiliki kepanjangan, yaitu (*Helping customers to open BCA accounts, In*

*teractive to customers, Guiding customers, and Handling problems with empathy*). Ia memberi sebutan HIGH dengan alasan layaknya seperti spiderman yang selalu beraksi di atas ketinggian, sehingga korelasi dengan pekerjaannya yaitu ia harus senantiasa menolong nasabahnya.

Lebih lanjut, setiap tugas dan tanggung jawab dari seorang Deva tentunya ditunjang oleh kompetensi yang dimilikinya. Ia menyampaikan bahwa beberapa kompetensi ini sangat membantu dalam menuntaskan tugas dan tanggung jawabnya sebagai seorang customer service. Kompetensi yang pertama ia beri sebutan “CS”. CS merupakan singkatan dari *Communication Skill Smart Solution*. Maksud dari “CS” ini, yaitu memiliki variasi berkomunikasi dan mempunyai trik untuk membuat nasabahnya merasa nyaman dengan *smart solution* yang diberikannya, seperti contoh penawaran jenis rekening ataupun tipe kartu yang semuanya disesuaikan dengan kebutuhan nasabah. Lalu, yang kedua “*Knowledge Is Power*”. Istilah ini digunakan karena ia memiliki wawasan yang luas karena selalu mengupgrade diri dengan berbagai hal yang dilakukan, seperti keaktifannya dalam membaca Halo Info yang dimana dapat menambah kemampuannya. Dan yang terakhir ialah “*Continuous Pursuit Of Excellence*”. Di sini ia berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik dengan cara mendalami, memahami, dan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Hal ini ia lakukan demi kepuasan nasabah BCA.

Kompetensi serta tugas dan tanggung jawab yang telah disampaikan Deva tadi merupakan cerminan kesungguhan dari dirinya sendiri terhadap pekerjaan dan posisi yang kini ia tempati. Selain itu juga, ia menyampaikan bahwa BCA kini memiliki beragam fasilitas yang bisa nasabah gunakan sesuai kebutuhannya. Terlebih di era digital seperti saat ini, keberadaan teknologi tentunya

sangat membantu dan mendukung aktivitas perbankan seperti yang saat ini Deva jalani. Deva mengatakan, saat ini BCA sudah memfasilitasi pembukaan rekening secara online melalui layanan BCA Mobile. Proses pembukaan rekening secara *online* ini didasarkan pada 3 prinsip, yang pertama mudah, kedua cepat, dan ketiga aman. Membahas mengenai proses dalam pembukaan rekening, Deva memiliki sebuah cerita *service experience* yang tidak bisa dilupakan.

Pada saat itu ada nasabah atas nama Ibu Asih. Beliau berumur 19 tahun dan berdomisili di Solo, Jawa Tengah. Ketika itu panggilan sudah terhubung dan artinya proses komunikasi antara Deva dengan Ibu Asih sudah bisa dilakukan. Deva mengatakan, “*Selamat pagi, Halo BCA saya Deva dengan siapa saya bicara? Halo selamat pagi? Selamat pagi?*”. Sampai di-greeting sebanyak tiga kali masih tidak ada respon dari Ibu Asih. “*Ia sangat terlihat kebingungan serta seringkali melihat ke arah kanan*”, ucap Deva. Ternyata tidak lama kemudian ada yang mengambil handphone yang dipegang Ibu Asih dan berbicara, “*Mas iki aku Yanti kakaknya Asih. Adekku ra iso ngomong, karena duwe keterbatasan tunowicoro. Adekku nembe arep bekerjo lan butuh akun rekening BCA, lan omahku adoh sing kantor BCA. Tolong dibantu yo Mas,*” ucap Kakak dari Ibu Asih.

Mendengar jawaban tersebut ternyata nasabah yang Deva hadapi adalah seorang tunawicara yang sedang membutuhkan rekening baru untuk memperlancar proses pekerjaannya. Deva merasa sangat bersimpati dan ingin sekali membantu Ibu Asih. Akhirnya ia kembali mempunyai suatu kreativitas menarik yang diberi nama “*Im The BCA Hero*”. Ia memeragakannya seperti Spiderman yang mempunyai cara untuk menolong orang lain. Kreativitas yang pertama, yaitu “*CSO Sense*”. Disini ia menganalogikan seperti



Spiderman yang mempunyai insting yang kuat. Persamaannya, Deva juga memiliki insting dengan *first 10's of service* yang dilakukan. Dalam hal ini Deva mencoba menganalisa terkait kendala apa saja yang terjadi. Biasanya beberapa kendala umum yang telah ia hadapi, seperti jaringan, kendala sistem komputer, dan *customer*. Setelah dianalisa, ternyata masalah ada di titik *customer*.

Setelah membahas kreativitasnya yang pertama, kini dilanjut ke kreativitasnya yang kedua, yaitu "*Marvelous Service*". Belajar dari kasus *customer* yang memiliki tunawicara, Deva mengeskalisasi terlebih dahulu bersama supervisornya. Eskalasi ini bermuara pada supervisornya yang menyarankan Deva untuk memberikan pelayanan ekstra menggunakan alat tulis sebagai media komunikasinya. Setelah dijalani, ternyata proses pada bagian ini tidak begitu lancar. Deva mengungkapkan bahwa Ibu Asih (*customer tunawicara*) merasa kesulitan untuk mengarahkan kertas ke arah kamera dan tidak sengaja ia justru mengeluarkan bahasa-bahasa isyarat. Akhirnya Deva coba membalas dengan lisan dan gerakan tangan seraya berkata, "*Apa ibu bisa bahasa isyarat?*" Ibu Asih pun menjawab, "*Iya bisa!*"

Setelah menemukan solusi, kesimpulan pertama yang bisa Deva ambil ialah ia mampu untuk memaksimalkan kemampuannya dalam hal berkomunikasi menggunakan bahasa isyarat. Bahasa isyarat ini ia gunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan lain yang memiliki keterbatasan dalam berkomunikasi, salah satunya tunawicara. Singkat cerita proses pembukaan rekening BCA milik Ibu Asih pun bisa berjalan lancar dan selesai.

Selanjutnya ia maju ke proses kreativitasnya yang ketiga, yakni "*The Amazing Solution*." Pada tahap ini, ia mempunyai sebuah

folder di dalam laptopnya yang diberi nama solution box. Folder ini berisi terkait hasil studi kasus yang ia alami bersama para pelanggan. Kembali ke cerita pelanggan yang bernama Ibu Asih, sang Kakak kembali menanyakan kepada Deva bahwa kapan adiknya bisa mengambil kartu BCA. Insting Deva yang sangat baik karena ia ingat bahwa lokasi Ibu Asih yang jauh dari kantor cabang membuat Deva menyarankan untuk transaksi digital saja melalui fitur M-BCA. Fitur ini sudah bisa melakukan aktivitas tarik tunai, transfer, pembayaran atau pembelian tanpa fisik kartu. Tentunya mendengar informasi tersebut, Ibu Asih pun sangat senang. Tak lupa di akhir pelayanan, Deva menanyakan, *“Apa ada lagi yang bisa saya bantu?”* ucap Deva sambil menggunakan bahasa isyaratnya. Ibu Asih pun menjawab, *“Tidak terima kasih atas bantuannya,”* ucap Ibu Asih sambil memperagakan bahasa isyaratnya.

Di sini kita melihat kemampuan serta daya kreativitas seorang Deva membuat pelayanan terhadap pelanggan yang memiliki keterbatasan pun bisa dengan lancar ia tuntaskan. Ia pun merasa lega dan senang dapat membantu proses pembukaan rekening BCA milik Ibu Asih. Namun, tidak hanya sampai disitu, ia melanjutkan ke kreativitasnya yang keempat. Ia memberi nama kreativitasnya ini dengan sebutan *“Edith.”* Edith adalah kacamata yang digunakan Spiderman ketika ingin menolong orang lain. Edith sendiri memiliki arti, *“Even Dead, I’m The Hero.”* Namun, Deva mengubahnya menjadi, *“Event It’s Done, I’m Still The Hero.”* Seraya ia mengungkapkan bahwa, *“Walau pelayanan telah selesai, saya tetap menjadi pahlawan untuk nasabah saya dengan menginformasikan aplikasi Halo BCA. Aplikasi Halo BCA adalah mobile apps yang dapat digunakan nasabah untuk terhubung ke agent Halo BCA dengan pilihan fitur berkomunikasi seperti call, chat, ataupun juga twitter, dan Ibu Asih bisa menggunakan fitur chat*

*ataupun email ketika ia membutuhkan informasi atau solusi nantinya,”* ucap Deva dengan sangat jelas.

Banyak pelajaran yang bisa Deva ambil dari kasus ini. Ia juga mengungkapkan, adapun keuntungan yang didapatkan Ibu Asih dalam hal ini, yaitu Ibu Asih merasa dipedulikan oleh BCA, dipenuhi kebutuhannya, dan diberikan solusi yang aman serta efektif dalam bertransaksi. Lebih lanjut, nilai baik yang bisa diambil dari kasus ini juga adalah Deva dipercaya untuk dijadikan role model agent untuk mensosialisasikan bahasa isyarat kepada agent-agent baru. Hal ini diharapkan dapat memberikan pelayanan yang tulus, peduli kebutuhan nasabah, dan memberikan rasa empati juga.

Prestasinya yang gemilang ini membuat Deva semakin yakin bahwa semua permasalahan pasti ada solusinya. Seperti ungkapan dari Simon Sinek yang ia ucapkan, yaitu *“Customers will never love a company until the employees love it first.”* Kata-kata ini selalu Deva tanamkan pada dirinya agar selalu mencintai pekerjaannya.

Dengan segala ide dan kreativitas yang dimiliki, tentunya hal ini karena ditunjang oleh pengembangan diri yang Deva lakukan, seperti *training and development, cooking dan culinary business*, serta *social care community*. Lebih lanjut, Deva juga memaparkan hasil kinerja setiap dalam jangka waktu 6 bulan terakhir. Yang pertama terkait *Achievement*. Target perusahaan di tempatnya bekerja ialah mencapai angka 95%. Tetapi ia selalu mampu menuntaskan target tersebut di atas 95%. Wow! Hal ini terlihat dari beberapa indikator seperti penilaian kesesuaian data, kemampuan bertanya, dan kemampuan memberikan solusi.

Lalu yang kedua adalah *productivity*. Target yang ditetapkan perusahaan dalam hal ini adalah 86%. Dan disini Deva capai dalam

angka yang lebih dari 86% per bulannya. Dapat dilihat dari indikator, yaitu review harian waktu yang digunakan untuk pergi ke toilet, istirahat, dan ibadah. Dan yang ketiga adalah *average handling time*. Target yang ditetapkan perusahaan adalah 6 menit. Disini Deva selalu capai tidak lebih dari 6 menit yang dapat dilihat dari review hariannya. Untuk transaksi berada di kisaran 5 menit. Keempat, yaitu target pembukaan rekening. Target yang ditetapkan perusahaan dalam hal ini adalah 1400 pembukaan rekening setiap bulannya. Dalam hal ini ia selalu capai diatas 1400 setiap bulannya.

Walaupun dengan segala pengembangan diri dan ide yang dimilikinya, Deva selalu memiliki motivasi pada dirinya. Adapun motivasi yang ia miliki, di antaranya *career path*, *content creator*, dan *competition leads to success*. Ia mengungkapkan bahwa harapannya yang mana ia ingin sekali mewakili BCA di ajang *Contact Centre World*. Terakhir, ada sebuah kutipan dari Peter Parker yang ia jadikan acuan dalam bekerja, "*No one can win every battle, but no one can fail without a struggle.*"

## *Qurrata A'yun*

The Best of Best Agent CS/Outbound  
Ditjen Perbendaharaan - Kementerian  
Keuangan



## Menghadapi Problematika Pelayanan dengan Cara INSTAN

*“Siapa disini yang tidak suka makan mi instan? Menurut riset yang dipublikasikan oleh New York Magazine, Indonesia memiliki mi instan terenak di dunia loh,”* ucap Qurrata A'yun. Menurutnya, mi instan bukan sekedar teman makan nasi, melainkan juga sumber inspirasi saat mengabdikan pada negeri. Begitulah kiranya ucap seseorang yang kini bekerja di Ditjen Perbendaharaan Kemenkeu.

Qurrata A'yun yang kerap dipanggil dengan Aan, kini menempati posisi sebagai seorang Customer Service Agent di HAI DJPb 14090 tersebut merupakan lulusan dari Politeknik Keuangan Negara Sekolah Tinggi Akuntansi Negara (PKN STAN) pada tahun 2020. Di sana ia mengambil jurusan D3 Kebendaharaan Negara. Kini, wanita yang lahir di Kota Bima NTB pada 12 April tersebut telah menjelma sebagai salah satu The Best of The Best Customer Service Agent. Semuanya dimulai ketika pada tahun 2021 ia menempati posisi sebagai agent email HAI DJPb. Setahun

berselang, ia berganti posisi menjadi seorang customer service KPPN Bima NTB hingga saat ini.

Sebagai seorang customer service, ia memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab. Yang pertama memberikan pelayanan kepada pelanggan secara tatap muka dan non tatap muka. Di sini ia menjelaskan secara detail terkait tugas pertamanya ini, diantaranya melayani konsultasi melalui WA, melayani konsultasi melalui HAI CSO, dan melakukan eskalasi permasalahan, serta membuat laporan tiket ke HAI DJPb. Yang kedua melakukan *update* informasi dan pendampingan pelanggan melalui pengawasan dan evaluasi performa satuan kerja, lalu menjadi narasumber pada kegiatan bimbingan teknik bersama satuan kerja. Selain itu, ia juga menjadi trainer pada kegiatan pelatihan berbagai aplikasi bersama satuan kerja. Dan yang ketiga ialah menjadi Duta Transformasi Kelembagaan Kemenkeu dan Duta PUG.

Menurutnya untuk menyajikan semangkuk mi instan yang lezat, kita perlu menaburkan bumbu, minyak, dan bubuk cabai. Begitu pula untuk memberikan pelayanan yang prima. Aan menyampaikan, "*Seorang customer service memerlukan kompetensi yang mumpuni, seperti kompetensi perbendaharaan, komunikasi, dan self confidence.*" Pada penjelasan ini juga, ia menganalogikan kompetensi perbendaharaan sebagai bumbu dalam kemasan mi instan. Menurutnya kompetensi perbendaharaan itu seperti peraturan, proses bisnis, dan aplikasi. Semuanya terkandung menjadi satu kesatuan bumbu penyedap rasa yang membuat rasa mi menjadi lebih nikmat.

Selanjutnya komunikasi. Komunikasi dianalogikan seperti kemasan minyak, saus, dan kecap yang ada di dalam kemasan mi instan. Menurutnya, komunikasi atau *public speaking* merupakan

komponen utama yang mampu memperlancar proses pelayanan. Karena di dalamnya terdapat macam-macam rasa yang apabila disatukan maka akan membuat rasa dari mi instan menjadi nikmat. Terakhir ada *self confidence*. *Self confidence* diartikan sebagai bumbu cabai yang membuat pelayanan seorang customer service semakin bermakna dan berasa. Wahh apa sudah bisa membayangkan bagaimana aroma dari rasa mi instan yang akan disajikan? Tentunya mi instan ini hanya sebagai analogi terkait tugas dan tanggung jawab dari Aan ya.

Setelah kita membayangkan bagaimana aroma yang dapat tersaji di dalam mangkuk Indomie, selanjutnya Aan akan berbagi pengalamannya dalam hal pelayanan terhadap customer. Pengalamannya ini bahkan ia tuangkan yang berjudul, “Berawal dari Sengketa Perceraian Tak Terungkap Berakhir pada Tuntutan Ganti Rugi (TGR).” Dijelaskannya mengenai “PPABP” membuka topik permasalahan terkait judul pengalamannya yang mirip seperti kisah yang ada di sinetron.

PPABP merupakan pembantu kuasa PA yang diberi tugas dan tanggung jawab untuk melaksanakan pengelolaan administrasi belanja pegawai. Kembali ia melanjutkan ceritanya. “*Pada suatu hari di Bulan Juni, saya didatangi oleh Bapak Anhar. Seseorang PPABP baru di salah satu satuan kerja mitra KPPN Bima. Bapak Anhar merupakan sosok yang loyal dan patuh terhadap aturan,*” ucapnya. Singkat cerita pada suatu hari anak dari PPABP lama di satuan kerja tersebut yang bernama Bapak Miftah datang menemuinya karena beliau diminta untuk menanggung ganti rugi kepada negara senilai 70 Juta Rupiah. Tetapi menurutnya, dengan segala kewenangan yang ada, mereka tidak bisa memberikan pelayanan kepada selain satuan kerja sehingga ia meminta bapak Miftah untuk melakukan koordinasi dengan Bapak Anhar, selaku

PPABP baru di satuan kerja tersebut.

Hal ini berlanjut dimana Aan mencoba menggali informasi lebih dalam lagi dari Bapak Anhar. Dan ternyata pada tahun 2009 PPABP lama atau Ayah dari Bapak Miftah telah bercerai dengan istrinya, namun tidak menginformasikan perceraian tersebut ke KPPN, sehingga tetap memperoleh tunjangan istri. Cerita berlanjut pada tahun 2014 dimana beliau mencoba berencana rujuk kembali namun gagal. Dan 6 bulan sebelum pensiun di bulan Agustus tahun 2021, beliau meninggal dunia. Ketika seorang pegawai meninggal dunia, maka ahli waris atau keluarganya berhak untuk menerima gaji terusan selama 4 bulan. Selanjutnya di tahun 2022 pada bulan Januari, satuan kerja mengajukan SKPP atau Surat Keterangan Penghentian Pembayaran atas nama anak dari beliau. Namun KPPN tidak bisa menerbitkan SKPP tersebut karena masih ada nama istri yang tercatat sebagai ahli waris. Bapak Anhar (PPABP baru) mengungkapkan bahwa PPABP lama telah bercerai dan memberikan akta cerainya.

Masalah baru pun muncul dimana pegawai yang bersangkutan menerima tunjangan istri sejak 2009 – 2011. Padahal sebenarnya dia tidak berhak menerima uang tersebut karena telah bercerai. Atas hal tersebut, menurutnya inspektorat memutuskan bahwa terdapat kerugian negara sebesar 70 Juta Rupiah. Akan tetapi yang jadi perdebatan ialah siapa yang bertanggungjawab untuk mengembalikan uang / kerugian tersebut. Oleh karena itu menurut Qurrata A'yun kebutuhan pelayanan dari Bapak Anhar adalah yang pertama ialah bagaimana kewenangan satuan kerja dalam penyelesaian sengketa ini? Dan yang kedua, bagaimana kewenangan KPPN dalam penyelesaian sengketa ini? Selanjutnya ia pun menjelaskan kepada Bapak Anhar bahwa apa yang dilakukan oleh beliau sudah benar.



## Cerita Pemenang Platinum

Dikatakannya bahwa pembayaran menggunakan uang negara harus berdasarkan pada aturan yang jelas dan apabila terdapat uang negara yang pembayarannya tidak dilakukan dengan dasar yang jelas, maka pihak yang menerima uang tersebut harus melakukan ganti rugi. Sebagai solusi dari sengketa tersebut, KPPN merekomendasikan agar satuan kerja meminta audit internal kepada Inspektorat Jenderal Kementerian terkait. Hingga kini, proses audit internal tersebut masih berlangsung.

Dari problematika di lapangan, Aan menjelaskan bahwa kejadian ini bukan kejadian yang biasa terjadi dan dihadapi oleh seorang customer service KPPN. Oleh karena itu, dibutuhkan kreativitas dalam menghadapi setiap problematika yang dihadapi. Disini ia memiliki kreativitas dalam pelayanan yang diberi nama INSTAN. INSTAN merupakan singkatan dari Integritas, Sinergi, Analisis, dan Tepat. Semua nilai ini diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan.

Dari pengalaman serta kreativitas yang dimiliki, terdapat beberapa manfaat yang diperoleh. Yang pertama yaitu Bapak Anhar dapat mengetahui solusi dari penyelesaian permasalahan yang dihadapi. Lalu yang kedua yaitu Bapak Anhar mempunyai dasar yang kuat dalam menagihkan TGR. Ketiga yaitu Bapak Anhar sebagai PPABP akan lebih aware terkait dengan status keluarga pegawai karena berhubungan dengan pembayaran tunjangan. Terakhir ada Bapak Miftah yang juga merasa puas dan dapat menerima dengan lapang dada apapun keputusan hasil audit oleh inspektorat.

Layaknya inovasi dari mi instan, sebagai seorang agent customer service ia juga tidak hanya berdiam diri saja. Dengan segala pengalaman dan kreativitas yang dimiliki, Qurrata A'yun selalu berusaha untuk selalu mengembangkan diri seperti motto yang ia

pegang, yaitu *“Strive for Progress Over Perfection.”* Adapun 3 hal ia terapkan dalam diri, yakni belajar, berlatih, dan berbagi. Tentunya hal ini bermuara kepada pencapaian kinerja yang cemerlang. Dari statistik data yang diperoleh, ditunjukkan indikator seperti statistik kedisiplinan, penyelesaian tiket, kepuasan pelanggan, dan indeks ketepatan waktu penyampaian laporan CS memiliki hasil di atas rata-rata atau target perusahaan. Hal ini juga tergambar dari motivasi pengembangan yang ia miliki seperti menjadi cermin bagi pelanggan, berkontribusi nyata bagi Kementerian Keuangan RI, dan menjadi pengelola keuangan negara yang unggul di tingkat dunia.

Sebagai penutup, ada satu pelajaran penting yang bisa dipetik dari proses memasak semangkok mi instan bahwa *“Sesuatu yang instan pun memerlukan waktu.”* Menurutnya, *“Dengan proses yang baik serta dengan menjadi pemenang Platinum The Best Contact Centre Indonesia tahun 2022 ini, merupakan proses yang harus saya lewati untuk membuktikan diri bahwa saya layak untuk menjadi agent customer service terbaik HAI DJPb. Saya siap mempertahankan medali platinum yang telah saya raih dengan memberikan jawaban terbaik di sesi wawancara,”* ucapnya.

## *Entin Handayani*

The Best Agent Inbound  
Adi Sarana Armada (ASSARENT)



## **Super Agent yang Berhasil Menjadi *Guardians of Customer***

**S**uperhero atau pahlawan super adalah tokoh yang memiliki kekuatan luar biasa dengan kekuatan diatas rata-rata manusia pada umumnya. Kalimat pembuka tadi merupakan ucapan yang dilontarkan oleh Entin Handayani, seorang Agent Inbound ASSA Rent. Ia lahir di Indramayu pada 5 Januari 1993. Ia mulai bergabung bersama solution centre ASSA rent sejak Juli 2019. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa penyewaan mobil. Perusahaan ini juga merupakan yang terbesar di Indonesia dimana tersebar di 45 kota di seluruh Indonesia, memiliki 18 kantor cabang, dan 28403 unit kendaraan.

Sebagai seorang customer service, Entin (panggilan akrabnya) memiliki tugas dan tanggung jawab. Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, Entin menggunakan istilah HERO dimana masing-masingnya memiliki arti. H yang berarti Hearing customer. E yang berarti *Educate them*. R yang berarti *Resolve the problem*. Dan O yang berarti *Organize all the result*. Sebagai *super agent*

*solution girl*, juga memiliki super cape atau jubah super yang membantunya mengemban tugas dan tanggung jawab super dalam melayani pelanggan. Adapun beberapa kemampuan yang harus dimiliki diantaranya *communication skill*. Skill ini sangat diperlukan guna memperlancar pelayanan. Selanjutnya ada adapt *knowledge*. Hal ini terkait penguasaan tentang pengetahuan yang meliputi pengetahuan tentang kendaraan, *service point*, dan pemahaman prosedur pelayanan. Selanjutnya ada *problem solving*. Tentunya sebagai *super agent solution girl*, mengharuskannya untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan kebutuhan pelanggan. Terakhir yaitu *empathy*. Disini *super agent* dituntut untuk mempunyai pemahaman terhadap keadaan emosional dari *customer*.

Dari kemampuannya dalam mengerjakan tugas dan tanggung jawab, selanjutnya Entin menceritakan bagaimana *service experience* yang pernah ia jalani. Pengalamannya ini ia beri judul *Guardians of Customers*. Semuanya berawal ketika Jumat 22 April 2022, dirinya menerima panggilan dari Bapak Hamdani. Beliau marah setelah ditolak bengkel saat ingin melakukan service bengkel di Auto 2000 Cilandak. Padahal minggu sebelumnya, beliau sudah melakukan reservasi melalui solution centre 1500309 dan beliau harus melakukan kunjungan kerja ke luar kota. Setelah ditelusuri, ternyata bapak Hamdani tidak membawa buku service. Dan saat ditanya keberadaan buku servicenya, beliau merasa belum menerima buku servicenya sejak pertama terima unit.

Entin pun mengkonfirmasi dengan menanyakan, “*Apakah bapak sudah menandatangani surat kelengkapan kendaraan pada saat serah terima unit dari pihak ASSA Rent?*”. Kemudian diketahui Pak Hamdani adalah user kedua dari instansi tempat dirinya bekerja. Jadi saat serah terimanya langsung dari user pertama. User

pertama hanya menyerahkan STNK dan kuncinya saja. Akhirnya Entin menyarankan kepada Pak Hamdani untuk menghubungi user pertamanya. Setelah percakapan berlangsung, Entin dengan inisiatifnya langsung menghubungi pihak Auto 2000 untuk menanyakan seputar buku servisnya. Kemudian diketahui bahwasanya buku tersebut tertinggal di Auto 2000 Karawang. Akhirnya Entin pun kembali menghubungi Bapak Hamdani untuk menginformasikan bahwa ia telah menemukan buku servisnya. Tidak hanya sampai disitu, Entin juga menyarankan beberapa solusi yang mengarah kepada Bapak Hamdani yang ingin melakukan servis mobil di Auto 2000 Cilandak besok pagi. Disaat bersamaan, Entin juga menghubungi pihak Auto 2000 Karawang untuk mengirimkan buku servisnya Pak Hamdani ke Auto 2000 Cilandak.

Dari pengalamannya diatas, ia dapat menyimpulkan apa saja kebutuhan pelanggan. Beberapa diantaranya ialah seperti *quick response, understanding, and right solution*. Hal itu adalah 3 dari sekian banyak hal yang dibutuhkan oleh pelanggan selama Entin menjadi *super agent solution girl* di Assa Rent. Selanjutnya dari kebutuhan pelanggan diatas, ia sebagai super agent memiliki dua kreativitas, yang pertama adalah *save the day*. Kreativitas pertamanya ini ia implementasikan untuk membuat jadwal servis, seperti yang ia lakukan kepada Pak Hamdani. Selain itu juga, ia membuat sebuah istilah yang disebut CAPE (*Calm response, Analyze the situation, provide solution, dan end take action*), Dan yang kedua adalah *preventif action* atau beberapa pencegahan yang bisa dilakukan dan bermanfaat di kemudian hari. Hal ini bisa dilakukan dengan cara *add information to bring service book*. Implementasinya dengan cara mengirimkan *reminder booking service* kepada pelanggan agar pelanggan tidak melupakan reservasi pemesanan untuk servis kendaraannya. Selain itu juga reminder ini berfungsi untuk mengingatkan pelanggan untuk

membawa buku servis kendaraannya saat ke bengkel.

Segala bentuk pelayanan yang maksimal tentu akan bermuara kepada pengalaman pelanggan atau *customer experience*. Dari sisi pelanggan, perasaan yang timbul yaitu pelanggan senang, merasa terbantu, dan menjadi loyal. Sedangkan dari sisi perusahaan, hal ini membuat efisiensi waktu tercipta, branding perusahaan menjadi baik, dan adanya pertumbuhan bisnis karena semakin meningkatnya kepercayaan dari pelanggan. Sedangkan dari sisi agent, hal ini baik untuk kepercayaan dirinya yang menjadi meningkat. Selain itu juga tentunya *personal branding* seorang agent akan terbangun, serta hal ini juga dapat menjadi tantangan yang menarik untuk dijalani.

Dengan banyaknya kemampuan yang Entin miliki tentunya harus dibarengi dengan pengembangan diri yang harus terus dilakukan. Seperti untuk menambah pengetahuan ia banyak mengikuti seminar baik yang diselenggarakan oleh pihak internal maupun eksternal. Kedua, Entin mengasah kreativitasnya dengan bermain puzzle. Dan yang terakhir, ia berbagi informasi dengan rekan kerja dan atasannya setiap pekannya pada hari Jumat untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Berbicara mengenai kualitas, pada setiap kesempatannya Entin memiliki target yang harus dicapai. Beberapa targetnya ialah mengenai *abandon rate*, *service level*, *lead time emergency*, dan *quality score*. Semua target perusahaan dari beberapa indikator di atas dapat ia lampau dengan catatan di atas rata-rata. Ini menunjukkan bahwa pengembangan diri yang Entin lakukan tidak sia-sia. Setelah merasa bahwa beberapa target tadi telah tercapai, lantas hal ini tidak membuatnya jemawa. Justru ia terus mengevaluasi diri serta membuat set target ke depannya seperti prinsip yang ia

## Cerita Pemenang Platinum

buat yaitu untuk selalu *fly higher, become heroine, dan help more project.*

Sebagai penutup, ia mengutip quotes dari Supergirl yang berbunyi, *“There is a Superhero in all of us. We just need the courage to put on the cape”*. Ungkapan ini semakin diperjelas dengan ungkapannya, *“Karena hanya yang berani yang dapat membantu sesama. Saya Entin Handayani, super agent solution girl, ready to save the day!”*

## *Yurfa Sabiila Rohmah*

The Best Agent Premium  
Ditjen Perbendaharaan - Kementerian  
Keuangan



## ***Being a Flashlight* Sebagai Petualang dalam Pelayanan Premium**

Lahir seperempat abad yang lalu di kota Tegal, Jawa Tengah, Yurfa dibekali oleh kedua orang tuanya berbagai *survival kids* yang membuatnya mampu melewati berbagai petualangan hidup hingga menyelesaikan pendidikan Diploma I di PKN STAN. Pijakan pertama yang dilalui oleh Yurfa, yaitu ia berhasil menjadi The Best Customer Officer di KPPN Tanjung Pandan. Selanjutnya, ia mendapatkan kesempatan untuk melompat menjadi Agent Premium di Call Center HAI DJPb.

Berbicara seputar pengalaman yang dialaminya, Yurfa menceritakan bahwa ia pernah diamanahkan untuk mengawal implementasi aplikasi SAKTI. Aplikasi tersebut merupakan sebuah sistem aplikasi keuangan tingkat instansi yang ditujukan kepada ribuan satuan kerja yang tersebar di wilayah Nusantara. SAKTI, aplikasi primer untuk mengelola APBN merupakan sebuah program besar Kementerian Keuangan dan salah satu Quickwins terbaru di Direktorat Jenderal Perbendaharaan.



Yurfa memiliki berbagai peran dan tanggung jawab untuk menuju kesuksesan dalam implementasi aplikasi SAKTI yang disebut dengan, “*The Eye Of Responsibility.*” Pertama, yaitu *Being a Flashlight*, dimana ia menjadi penerang dalam setiap permasalahan SAKTI. Dalam hal ini, Yurfa bertugas memberikan pelayanan premium aplikasi SAKTI melalui layanan call center 14090 ext 3. Lalu *Acting Like a Compass*, yakni menunjukkan informasi dan menyampaikan edukasi aplikasi SAKTI kepada pengguna premium.

Yang ketiga ialah *Providing a Maps*, yakni menyediakan gambaran tentang hasil pelayanan aplikasi SAKTI dengan pencatatan riwayat percakapan pelayanan premium. Terakhir, Yurfa memiliki tugas yang dinamakan *The Mind*. Selain menjadi Agent Premium, Yurfa juga menjadi tim *Research and Development* atau RD konten media sosial HAI DJPb, khusus aplikasi SAKTI.

Berpetualang menuju puncak tentu Yurfa telah membekali diri dengan berbagai kompetensi untuk beradaptasi atas kemungkinan obstacle yang akan terjadi. Kompetensi pertama, yakni sikap dan perilaku, yang ia sebut *Plastic Raincoat*. Hal ini berarti ia harus mengedepankan good attitude, empati, kepercayaan diri, komitmen dan tanggung jawab. Lalu, ilmu pengetahuan atau *Carrier*, yakni ia banyak memiliki pengetahuan yang luas dan mendalam terkait proses dan bisnis aplikasi SAKTI. Kompetensi berikutnya ialah keterampilan atau *Knives*, dimana ia memiliki kemampuan berkomunikasi yang mumpuni. Dalam hal ini, ia pun memiliki kemampuan analisa yang tajam, serta berpikir kritis dan cepat dalam mengambil keputusan terbaik.

Berbicara mengenai aplikasi SAKTI yang berkaitan dengan mesin cetak kesejahteraan masyarakat Indonesia, terciptanya aplikasi baru ini tentu memicu timbulnya pertanyaan dari para pengguna.

Untuk itu, Yurfa menceritakan pengalaman pelayanannya dari salah satu pengguna premium HAI DJPb yang bernama Ibu Yem. Menurut Yurfa mendapatkan telepon dari pengguna seperti Ibu Yem ini sama seperti mimpi buruk bagi para agent. Hal ini dikarenakan Ibu Yem merupakan tipe pengguna yang agresif, serta sulit diajak negosiasi apabila dalam tekanan dan panik.

Pada tanggal 24 Juni 2022, Ibu Yem mengalami kendala aplikasi SAKTI terkait revisi anggaran, dimana status history revisi tidak ter-update. Ibu Yem sudah revisi, namun masih terkendala dimana status history revisinya sudah *ter-update* dan Ibu Yem sudah ada warning dari atasannya. Ibu Yem sudah menghubungi agent dua kali dengan agent yang berbeda, karena keterbatasan kewenangan dan kendala system, kasusnya tidak terselesaikan. Kabar buruknya 2 Agent yang pernah menangani Bu Yem sempat disalahkan dengan kata-kata yang menjatuhkan mental para Agent. Mendengar informasi tersebut tidak membuat Yurfa menghindari, namun membuat Yurfa tertantang untuk menggali permasalahan tersebut. Pada awalnya Yurfa tidak mengira bahwa Yurfa akan mendapatkan case dari Ibu Yem, ternyata Ibu Yem menelfon kembali untuk menanyakan permasalahan yang sama dan tingkat emosi yang semakin meningkat.

Saatnya Yurfa memakai semangat *Back to Basic be Fantastic*, yang Yurfa lakukan adalah *Research* mawas diri akan suatu hal nonpredikatif yakni selalu perhatian dan mempunyai rasa ingin tahu lebih lalu preparation untuk lebih sabar dalam mengontrol diri dan berkomitmen untuk selalu bahagia dalam melayani pelanggan serta selalu mencari *knowledge base* dan koordinasi lebih lanjut dengan tier dua untuk memberikan informasi yang lebih, lalu dengan *Execution* yaitu dengan memecahkan masalah dan menyampaikan solusi terbaik seperti membantu dengan penuh perhatian,

rendah hati serta percaya diri.

Setelah melakukan langkah berpetualangan, selanjutnya Yurfa akan menceritakan *Spreading Positive Energy* yang datang , Akhirnya Ibu Yem berhasil menyelesaikan revisinya hingga tuntas dan mampu mengatasi kepanikan karena tekanan dari atasannya, Yurfa juga mendapatkan apresiasi dari Ibu Yem melalui pesan dan telfon dan juga *feedback* positif dari penilaian percakapan yang disampaikan oleh Yurfa. *Spreading Positive Energy* yang pertama adalah *Medicine* seperti obat untuk kesembuhan luka yang dialami, jawaban dan bantuan Yurfa merupakan solusi atas permasalahan Ibu Yem, yang kedua adalah *Peace*, Ibu Yem mendapatkan perhatian pelayanan yang luar biasa hingga merasa tenang karena mampu mengatasi kepanikannya, yang ketiga *Inner Power*, Yurfa mendapatkan *Inner Power* selalu berinisiatif untuk selalu mengikuti petunjuk teknis yang telah disusun untuk memitigasi risiko kendala yang mungkin terjadi kedepannya.

Pengalaman melayani Ibu Yem, memberikan pelajaran berharga bagi Yurfa secuil langkah yang digerakan dengan bahagia dan dapat membuat senyum semesta merekah, karena apa yang kita lakukan akan berdampak kepada yang lainnya, dengan cara konsisten untuk menerapkan kreativitas tersebut dan semangat *Spreading Positive Energy* pelayanan akan terus menuai kepuasan pemuda yang berlipat ganda, bonus dari Yurfa pengguna juga semakin meningkat kepercayaan kepada HAI DJPb.

Dalam mendukung pencapaian kerja yang lebih optimal Yurfa selalu berupaya untuk mengembangkan kemampuan Yurfa dengan tiga pengembangan diri. Yang pertama yakni Climbing untuk mencari pengetahuan setinggi-tingginya untuk mendapatkan pengetahuan yang tinggi baik itu *softskill* maupun *hardskill*,

untuk mendapatkannya Yurfa telah belajar dengan cara mengikuti berbagai seminar *public speaking*, mengikuti training aplikasi SAKTI untuk memperpanjang pengetahuan dan tentunya kegiatan exploring untuk mempelajari kebijaksanaan alam, yang kedua Diving dengan berlatih sedalam-dalamnya, untuk mendalami pengetahuan dan keterampilan Yurfa telah mengamatinya dengan menjadi Host atau MC diberbagai acara lingkup internal maupun nasional, seperti HAITalk dan DDAC 2022, serta berlatih alur analisis aplikasi SAKTI, dan yang ketiga Camping berbagi perlindungan dalam satu tenda kebijaksanaan dengan sharing knowledge bersama Agent dan mengikuti kegiatan bakti sosial KEMENKEU berbagi, menjadi narasumber radio dan menjadi RnD sekaligus talent media sosial HAI DJPb.

Setelah melewati beberapa petualang inilah hasil pencapaian kinerja Yurfa selama semester 1 2022 , yang pertama Kehadiran, Kehadiran Yurfa mendapatkan nilai 90%, menandakan bahwa Yurfa selalu semangat dan giat dalam menghadapi tantangan, yang kedua adalah presentasi kontribusi Yurfa selalu dijuluki Ambis oleh teman-temannya karena bagi Yurfa Answer call merupakan existing bulat yang dapat menyuplai staminanya, tak heran jika Yurfa meraih tingkat kontribusi teratas di Agent premium HAI DJPb dengan 671 call, ketiga feedback, sempurna dan positif merupakan aspek yang terus Yurfa kejar dan Yurfa tidak pernah mendapatkan feedback negatif satu pun, yang keempat adalah SLA saya berhasil mencapai target yang ditetapkan bahkan melampauinya.

Sebagai motivasi yang terus Yurfa pegang untuk mengembangkan diri Yurfa, yang pertama Build membangun budaya well educate through an easy access information, saat ini Yurfa sedang membuat FAQ permasalahan aplikasi SAKTI yang akan dibagikan melalui media sosial HAIDJPb , hal ini juga bertujuan untuk

## Cerita Pemenang Platinum

memberikan edukasi kepada para pengguna sehingga dapat memudahkan pengguna dan agent, yang kedua Catch yakni kejarlah akhiratmu maka dunia akan kau dapat, kalimat ini yang didapat oleh orangtua Yurfa, bahwa bekerja adalah ibadah sehingga harus dilakukan sebaik-baiknya dan hasilnya akan kembali kepada diri kita, dan yang ketiga adalah mencapai target terdekat yaitu meraih medali platinum agent premium TBCCI 2022. *“Ketika rasa melayani dalam renjana telah terbalut lembut dalam sukma, rasa untuk menjunjung tinggi kesempurnaan merupakan hal yang utama,”* ucap Yurfa.

## *Raihan Rindia R*

The Best Agent Inbound  
PT Bank Central Asia, Tbk



## **Keluhan dan Permasalahan Pelanggan Tuntas dalam 30 Menit dengan *Total Service***

**R**aihan Rindia Ramadhan merupakan seorang lulusan S1 Akuntansi Perbanas Institute Jakarta yang bergabung pada Contact Center Halo BCA pada bulan Januari 2021. Pria yang lahir pada 23 Januari 1998 di Jakarta ini berkarier sebagai Agent Inbound Bank Central Asia. Dalam bermain sepak bola, mencetak goal menjadi kunci untuk meraih kemenangan. Hal tersebut sama dengan Agent Inbound, yaitu mencapai goal untuk pada setiap kebutuhan nasabah.

Sebagai Agent Inbound, ia memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab yang harus dijalani. Tugas dan tanggung jawab tersebut, di antaranya, menangani keluhan dengan cepat, memberikan informasi yang akurat, dan memberikan solusi yang tepat kepada nasabah. Untuk menunjang dan menjalankan tugas dan tanggung jawab tersebut, ia memiliki beberapa kompetensi. Pertama, Raihan harus memiliki kemampuan manajemen waktu yang baik

agar dapat memproses dan menyelesaikan transaksi nasabah dengan cepat. Kemampuan kedua yaitu pengetahuan produk dan prosedur, ia harus selalu update mengenai pengetahuan produk dan prosedur yang ada di BCA dengan membaca aplikasi *knowledge management system* dengan rutin. Tidak hanya itu, ia juga melakukan sharing tim sesama Agent maupun tim leader untuk meningkatkan pengetahuan produk dan prosedur. Kemampuan lain yang ia miliki selanjutnya adalah analisa tinggi guna memberikan solusi yang tepat untuk nasabah dikarenakan tidak semua nasabah dapat menyampaikan keluhan secara tepat.

*Total Football* merupakan salah satu strategi dalam sepak bola, dimana sebuah tim melakukan penyerangan dan bertahan secara bersama-sama. Ia memiliki sebuah pengalaman pelayanan yang ia sebut dengan *Total Service*. Pengalaman tersebut terjadi saat ia sedang dijadwalkan untuk masuk tengah malam. Sebuah telepon dari seorang nasabah yang disebut Bapak Bambang berusia 40 tahun yang penuh dengan emosional dikarenakan transaksi kartu kredit gagal di luar negeri. Raihan segera melakukan verifikasi data nasabah, ternyata penyebab transaksi kartu kredit gagal karena terdapat transaksi dengan nominal cukup tinggi di Spanyol. Hal tersebut, membuat tim Fraud BCA melakukan pemblokiran sementara terhadap kartu kredit nasabah untuk menjaga keamanan nasabah. Setelah ia melakukan konfirmasi, diketahui bahwa transaksi tersebut dilakukan benar oleh Bapak Bambang sendiri. Raihan segera membantu Bapak Bambang dengan membuat laporan pembukaan kartu kredit dan menyampaikan informasi bahwa laporan diproses satu hari kerja. Dengan perasaan marah, nasabah tidak menerima informasi tersebut karena ingin melakukan transaksi saat itu juga. Tidak hanya itu, Bapak Bambang juga menyampaikan bahwa ada promo yang akan berakhir dalam satu jam ditambah lagi biaya pulsa ke Halo BCA

yang mahal dari luar negeri.

Kreativitas sangat dibutuhkan untuk dapat mengatasi hal yang dialami Bapak Bambang. Kreativitas pertama yang ia lakukan, yaitu *Center Back*, dalam sepak bola *Center Back* merupakan pemain bertahan yang menjaga pertahanan dari serangan lawan serta mampu mengendalikan pergerakan dan memahami karakter lawan. Sebagai *Agent Inbound*, ia harus bisa mengendalikan emosi untuk tetap tenang dan berbicara dengan intonasi ramah. Tidak hanya itu, ia memberikan empati dengan menggunakan *Magic Word* dan mampu memahami berbagai macam karakter nasabah. Raihan juga bernegosiasi dengan nasabah agar dapat menghubungi kembali secepatnya untuk melakukan konfirmasi dengan tim Fraud BCA. Berkat kreativitas tersebut, ia berhasil membuat nasabah setuju.

Kreativitas kedua yaitu *Midfielder* jika di dalam sepak bola merupakan pemain tengah yang bertugas mengatur tempo permainan dan berkomunikasi dengan yang ada di depan dan belakang. Dengan kreativitas *Midfielder*, ia melakukan eskalasi dengan tim leader dan melakukan konfirmasi dengan tim Fraud BCA. Tim Fraud BCA menginformasikan bahwa pemblokiran dilakukan karena transaksi mencurigakan di Spanyol dan tim tersebut sudah mencoba menghubungi Bapak Bambang dan tidak terhubung. Lalu, Raihan menginformasikan kepada tim Fraud bahwa transaksi tersebut benar dilakukan oleh Bapak Bambang. Setelah itu, dengan cepat akhirnya tim Fraud BCA melakukan pembukaan blokir kartu kredit dan memproses laporan.

*Striker* menjadi kreativitas ketiga yang ia lakukan dimana dalam sepak bola merupakan pemain depan yang mencetak goal dan memastikan kemenangan kepada timnya. Dengan kreativitas yang



disebut *Striker* ini, ia menghubungi dan menginformasikan kepada Bapak Bambang bahwa pembukaan blokir sudah berhasil. Bapak Bambang kini menjadi senang karena laporannya diproses dengan cepat hanya dalam 30 menit sehingga beliau memberikan pujian kepada Raihan. Tidak hanya itu, ia juga mengedukasi Bapak Bambang untuk menggunakan aplikasi Halo BCA dari luar negeri untuk menggunakan layanan BCA tanpa biaya pada urusan Bapak Bambang kedepannya.

Ketiga kreativitas yang Raihan lakukan tersebut, membuahkan sebuah manfaat pelayanan bagi nasabah, perusahaan dan juga dirinya. Untuk nasabah, Bapak Bambang merasa diistimewakan karena kebutuhannya terpenuhi, mendapat solusi cepat dan merasa puas. Kepuasan nasabah ini membawa manfaat kepada perusahaan yaitu reputasi meningkat dan kepercayaan nasabah meningkat. Sedangkan untuk dirinya, hal ini menjadi nilai tambah sebagai seorang Agent dengan perasaan yang puas saat melayani saat ia mampu membantu nasabah dan menjadi bermanfaat bagi orang lain.

Sebagai Agent Inbound, ia telah mengikuti beberapa pengembangan diri yang membawa manfaat bagi pekerjaannya. Pengembangan diri pertama yang ia lakukan, yaitu Training Teknik Presentasi guna menambah kemampuan berkomunikasi dalam menyampaikan solusi kepada nasabah. Ia juga melakukan pengembangan diri dengan mengikuti dan mendapatkan juara 3 pada ajang bergengsi di internal BCA, yaitu The Best Presenter 2022. Melalui ajang tersebut, mental yang ia miliki pun meningkat dalam menyampaikan ide dan mempresentasikannya kepada nasabah. Hobi sepak bola tidak hanya sekedar ia jadikan hobi, untuk mengembangkan dirinya tersebut ia menjadi pelatih sepak bola di taman kanak-kanak. Hal tersebut berhasil meningkatkan

jiwa sosial yang ia miliki. Tidak hanya itu, ia juga bergabung dengan tim sepak bola BCA dan membuat prestasi dengan menjadi juara 3 dalam PORSENI se-jabodetabek. Hal tersebut dapat meningkatkan koneksinya di BCA dengan mengenal teman baru dari divisi lain.

Pencapaian target juga ia terima berkat kompetensi, kreativitas dan pengembangan diri yang ia lakukan. Pertama adalah akurasi informasi, dalam 6 bulan terakhir ia mampu melampaui target perusahaan dalam memberikan informasi yang update kepada nasabah. Kedua, ketelitian yang mencapai 100% dimana saat membuat laporan ketelitian sangat dibutuhkan agar terhindar dari kesalahan. Ia selalu rutin menyisihkan waktu 10-15 menit untuk mengecek kembali laporan yang ia buat sehingga ia berhasil mencapai target dalam ketelitian. Untuk produktivitas, ia berhasil melampaui target yang telah ditetapkan perusahaan. Lalu untuk kehadiran, ia berhasil mencapai target yang diberikan perusahaan sebanyak 100% dari target 98%. Hal tersebut ia dapatkan berkat meluangkan waktu untuk berolahraga, minum vitamin dan memaksimalkan jam istirahatnya.

Sebagai Agent Inbound terbaik, ia akan selalu berlatih setiap hari agar dapat tampil lebih baik lagi, seperti pemain sepak bola terbaik di dunia. Raihan tidak akan merasa puas atas apa yang telah ia capai bahkan selalu menjadikan hal tersebut sebagai pemicu untuk lebih baik lagi kedepannya. Raihan memiliki beberapa motivasi pengembangan diri yang ingin ia capai, yaitu Career Path, ajang Contact Center World, dan Role Model. Ia ingin memiliki Career Path yang baik di BCA, setelah menjadi Agent Reguler lalu naik ke Agent Premium hingga Tim Leader. Setelah itu, ia ingin terpilih pada ajang Contact Center World untuk dapat membanggakan nama BCA dan Indonesia. Tidak hanya itu, ia ingin menjadi Role

## Cerita Pemenang Platinum

Model yang baik untuk Agent-Agent lainnya sehingga ia harus meningkatkan kapasitas yang ia miliki.

## *Distya Wienabayu*

The Best Team Leader Outbound  
PT Bank Central Asia, Tbk



## Gaya Hidup SEMUT, Sebuah Inspirasi dalam Membangun Kerjasama Tim

**S**emut merupakan binatang kecil yang memiliki sebuah prinsip pantang menyerah. Jika jalannya terhambat, maka semut akan mencari jalan lain. Begitu juga jika ingin membawa benda atau objek yang terlalu besar, maka semut akan memanggil teman-temannya untuk mengangkatnya bersama-sama. Prinsip itulah yang selalu tertanam oleh perempuan kelahiran Medan tahun 1987 silam ini. Dipercaya menjadi Team Leader pada layanan *solution assistant*, Distya Wienabayu menerapkan prinsip tersebut dengan membawa timnya bekerja bagaikan semut yang tidak berhenti begitu saja jika ada hambatan, serta selalu bergotong royong untuk mencapai target.

Sebagai team leader pada layanan outbound Halo BCA, ia memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab, seperti *building teamwork*, dimana seorang team leader harus bisa membangun kerjasama tim yang baik dan solid. Lalu, melakukan *monitoring* dan evaluasi

supaya agent bisa mencapai *performance* yang maksimal, serta harus bisa memastikan bahwa tim selalu menjaga kualitas pelayanan mereka dengan cara memberikan *service excellence* yang baik kepada nasabah.

Dalam proses memenuhi tanggung jawabnya sebagai team leader, Distya pun memiliki beberapa kompetensi yang harus dimiliki, yang pertama, yaitu *Analytical Thinking*. Pada kompetensi ini, Distya perlu melakukan identifikasi dan evaluasi untuk mendapatkan fakta berdasarkan data yang ada. Dengan demikian, ia bersama tim harus mampu mengelola data nasabah untuk memastikan semua nasabah dapat dilayani dengan baik oleh agent *solution assistant*. Lalu, kompetensi kedua, yakni *Decision Making*. Ia sebagai team leader harus membantu tim untuk mengambil keputusan dengan cepat dan tepat karena terkadang keputusan tersebut di luar dari SOP yang berlaku. Selanjutnya, kompetensi yang ketiga, yaitu *Collaboration*. Ia harus melakukan komunikasi dan kerja sama dengan unit kerja contact center lainnya, baik di cabang maupun diluar cabang. Terakhir, kompetensi keempat, yakni *Motivating team*. Di sini Distya harus bisa memotivasi timnya untuk mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan, tanpa mengurangi kualitas dari pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

Supaya bisa mencapai target perusahaan, Distya pun memiliki beberapa program kerja yang ia beri nama W3K. W3K merupakan produk *Wealth* yang terdiri dari asuransi atau investasi BCA, produk KPK (Kepemilikan Rumah), produk KKB (Kepemilikan Kendaraan Bermotor) dan KMK (Kredit Modal Kerja). Program kerja W3K ini dilatarbelakangi dengan adanya perubahan target utama SOLA, dimana target utama di tahun 2021 *Connected Rate* yang menghitung persentase nasabah yang berhasil terhubung.

Lalu, *Opportunity Rate* yang menghitung banyaknya produk yang berhasil ditawarkan kepada nasabah dalam bentuk persentase. Terakhir, *Business Rate* yang menghitung persentase *opportunity* yang berhasil direalisasi.

Pada tahun 2022, target utamanya berubah menjadi *call offering*, *product application*, dan *disbursed product*. Dalam *Call Offering*, menghitung banyaknya jumlah penawaran produk yang disetujui oleh nasabah, sedangkan *Product Application* menghitung banyaknya produk yang tidak disetujui penawarannya tetapi nasabah juga melakukan proses pada aplikasi penawarannya atau pengajuan. Lalu, *Disbursed Product*, yakni menghitung banyaknya jumlah aplikasi produk yang yang berhasil terealisasi.

Dari program kerja yang dimiliki, Distya selalu memastikan kinerja agent agar bisa dilakukan secara maksimal, ia pun membuat kreativitas, yang pertama, yakni Mastering W3K, dimana Agent Sola akan dilatih untuk memperdalam produk BCA, mulai dari bagaimana cara penawarannya hingga cara penanganannya dengan menggunakan aplikasi maker. Aplikasi ini tidak hanya dapat diakses melalui PC, tetapi juga bisa melalui *handphone* agent. Selanjutnya, yakni *Mapping Your Customer*, yang berarti seorang agent akan melakukan pendataan profile, memeriksa riwayat transaksi dan portofolio, membuat topik pada produk, serta mengatur waktu untuk menelepon nasabah. Setelah agent SOLA sudah mengetahui semuanya dari nasabah, maka agent SOLA dapat menentukan solusi yang tepat untuk diberikan kepada nasabah.

Untuk selalu memastikan penawaran produk dari nasabah, maka Distya menggunakan kreativitas 2 in 1. Hal ini berarti bahwa ia meminta kepada agent untuk selalu menawarkan dua produk W3K kepada setiap nasabah yang dihubungi. Proses ini terbukti dapat

meningkatkan peluang nasabah dalam menggunakan aplikasi produk-produk W3K. Selanjutnya, kreativitas keempat, yakni *My Achievement*. Ia sebagai team leader harus melakukan *monitoring* dan memastikan bahwa kreativitas di awal sudah berjalan dengan baik atau ada yang perlu diperbaiki. Pada proses ini, Distya melakukan hitungan pencapaian kinerja harian agent selama bekerja. Selain itu, aplikasi *My Achievement* ini akan terupdate otomatis setiap bulannya dan dapat diunduh, lalu mengirimkan hasilnya melalui grup Whatsapp. Jadi, semua agent bisa melihat pencapaian kinerjanya tanpa harus membuka aplikasi tersebut.

*Mirror* merupakan kreativitas yang kelima yang dimiliki Distya, yang berarti secara berkala dan rutin Distya bersama tim melakukan *benchmark* bersama AO atau RO. Pada kesempatan ini, agent SOLA tidak hanya dapat belajar bagaimana AO dan RO melakukan penawaran produk W3K, tetapi dapat belajar budaya dan bahasa, maupun kebiasaan nasabah yang berada di wilayah cabang tersebut. Selain itu, SOLA yang bertempat di daerah Semarang akan melayani nasabah *Upper Mass* BCA yang berada di seluruh Indonesia.

Tidak hanya sharing bersama AO dan RO, Distya juga melakukan kegiatan Rantai atau *sharing* Rabu Santai, hal ini dilakukan oleh para agent yang memiliki *performance* terbaik untuk memberikan tips dan trik, serta dapat memotivasi agent yang kurang kinerjanya. Kreativitas keenam, yaitu SOLA Champion. Dalam hal ini, Distya akan memberikan *reward* kepada agent yang sudah meningkatkan performance secara konsisten dan juga mampu mencapai target, serta meraih kinerja terbaik setiap bulannya.

Distya pun tidak merasa puas diri atas tercapainya target tersebut, ia juga mengikuti beberapa pengembangan diri, seperti mengikuti

training yang ada di dalam maupun luar perusahaan untuk mendapatkan pengetahuan baru. Setelah mendapatkan pengetahuan baru, ia sebagai team leader akan membagikan ilmu tersebut kepada semua tim membeinya. Selain itu, Distya dan tim membeinya juga melakukan kegiatan *humanity* bersama. Terakhir, ia suka melakukan workout dalam satu minggu sekali supaya tetap bugar, serta selalu memberikan performa yang optimal dalam dunia pekerjaan.

Dari seluruh program kerja dan kreativitas yang telah dijalankan, KPI yang dicapai oleh Distya pun mendapatkan hasil yang sangat baik, seperti *Call Offering* yang berhasil mencapai target Wealth dengan jumlah 925, KPR sebesar 359, KKB sebesar 809, dan KMK sebesar 252. Lalu, pada *Product Application* pada program kerja 2 in 1 yang menawarkan minimal 2 produk dalam 1 nasabah, bisa membantu Distya berhasil dalam mencapai target *Wealth* sebesar 111, KPR sebesar 43, KKB sebesar 97, dan KMK sebesar 28, serta produk lain sebesar 11. Selain itu, dengan adanya kolaborasi dengan unit kerja maupun cabang yang tidak pernah berhenti, Distya mampu mencapai target Disbursed Product, di antaranya Wealth dengan jumlah 31, KPR sejumlah 12, KKB sejumlah 27, dan KMK sejumlah 8, serta produk lainnya sejumlah 27. Dengan adanya proses *monitoring* dan evaluasi secara terus menerus, hal ini dapat membantu pencapaian *Service Quality* dengan hasil 95% dari bulan Januari hingga Juni.

Tidak hanya itu, Distya selalu ingin berkontribusi lebih dalam pelayanan SOLA dengan beberapa motivasi, seperti menciptakan Duta SOLA. Dengan ini, ia berharap bahwa agent SOLA dapat berbagi tips tidak hanya kepada rekan agent, tetapi kepada unit kerja maupun cabang BCA lainnya. Kemudian, dibentuknya W3K Bank yang di dalamnya berisi seputar seluruh produk W3K beserta



## Cerita Pemenang Platinum

promo yang berlaku dan akan *terupdate* secara otomatis. Lalu, Distya akan melakukan *Creating More Leader*, yang bertujuan untuk membuat bibit-bibit pemimpin baru untuk SOLA dan timnya supaya bisa menjadi lebih baik.

*L Sidik Febrianto*

The Best Agent Premium  
PT Bank Central Asia, Tbk



## Ilmu Matematika, Sebuah Formula yang Tepat untuk Mengatasi Permasalahan Pelanggan

**D**eret angka atau penjumlahan matematika tidak akan sulit jika diselesaikan dengan formula yang tepat. Sama halnya menjadi seorang Agent Premium, pria kelahiran Purbalingga ini menyampaikan bahwa sesulit apapun keluhan nasabah yang diterima, ia tetap bisa memberikan solusinya dengan mudah menggunakan formula yang tepat. Memang pendidikan yang Sidik tempuh tidaklah relevan dengan pekerjaannya saat ini, namun kenyataannya ilmu Matematika yang ia pelajari tersebut mampu diaplikasikan di contact center. Bukan tentang teori berhitung tentunya, namun pola pikir solutif yang ia terapkan.

Sebagai Agent Premium di Halo BCA sejak 2020 lalu, Sidik memiliki tugas dan tanggung jawab yang ia jalani setiap harinya, yaitu memberikan informasi seputar produk, prosedur, dan berbagai promo yang terbaru di BCA. Tak hanya itu, ia harus mampu menangani keluhan dan permintaan dari nasabah, sekaligus bisa memberikan

solusi tepat terkait permasalahannya sehingga nasabah cukup satu kali menghubungi Halo BCA.

Untuk menunjang hal tersebut, Sidik menggunakan beberapa kompetensi, yaitu ia harus bisa fokus pada nasabah. Hal ini bukan berarti hanya mendengarkan saja, namun ia juga harus mencatatnya supaya bisa mendapatkan garis besar atas keluhan dari nasabah tersebut. Setelah, mendapatkan garis besarnya, ia diharuskan untuk menganalisa permasalahan nasabah, mulai dari yang darurat maupun tidak. Dengan demikian, ia pun dapat memberikan solusi yang terbaik untuk nasabahnya. Terakhir, ia juga tidak lupa untuk melakukan koordinasi dan komunikasi yang efektif dengan team leader maupun pihak terkait yang bisa membantu Sidik dalam menyelesaikan masalah tersebut. Terkadang, permasalahan nasabah tidak bisa langsung diberikan solusi karena adanya keterbatasan prosedur maupun keterbatasan ia sebagai agent.

Ada satu pengalaman yang paling berkesan bagi Sidik selama ia menjadi Agent Premium di Halo BCA. Pada suatu pagi, ia mendapati telepon dari Ibu Dewi, seorang Finance Manager yang tengah marah karena ia tidak bisa mengunggah data karyawan pada aplikasi Klik BCA Bisnis. Alhasil, ia pun menamakan pengalaman tersebut dengan nama, *“The Right Formula Can Solve a Hard Problem.”*

Untuk menangani keluhan tersebut, Sidik memiliki beberapa ide kreativitas. Yang pertama, yaitu Be Like Albert Einstein. Menurutnya, tokoh sains ini merupakan peneliti yang hebat serta memiliki kemampuan analisis yang bagus. Sama seperti dirinya, sebagai Agent Premium, ia harus cerdas dalam menganalisa keluhan maupun permintaan dari nasabah. Pada permasalahan Ibu Dewi

ini, Sidik menanyakan detail terkait aplikasi Klik BCA Bisnis yang digunakan, seperti status user id, status limit, dan pengaturan jaringannya. Setelah dicek, ternyata aplikasi tersebut sudah aktif dan sesuai dengan sistem di Halo BCA. Tetapi, Ibu Dewi masih mengalami kendala pada *software* konversi data payroll dan *software checksum generator*. Maka, Sidik sebagai Agent Premium membantunya dengan membuat laporan kunjungan teknisi ke tempat nasabah dengan *service level* tiga hari kerja.

Dikarenakan permasalahan ini memiliki tingkat risiko dan urgensi yang tinggi, maka Sidik pun menggunakan kreativitas selanjutnya, yaitu Formula  $x=y$ , semakin besar nilai  $x$ , maka semakin besar pula nilai  $y$ . Nilai  $x$  di sini ia ibaratkan dengan *effort* Agent, lalu nilai  $y$  adalah kepuasan nasabah. Jika, ia memberikan effort yang besar, maka semakin tinggi juga kepuasan nasabah yang akan ia terima. Untuk itu, ia melakukan sebuah effort dengan cara eskalasi kepada team leader. Ia sampaikan dengan detail mengenai keluhan nasabah dan meminta izin kepada tim Vendor IT BCA untuk membantu dalam memberikan panduan setting jaringan pada software tersebut. Setelah mendapatkan panduannya, Sidik pun langsung menyampaikannya kembali kepada kepada Ibu Dewi.

Selanjutnya, kreativitas yang ketiga, yakni Be a Champion. Dalam hal ini, Sidik mengatakan bahwa ia ingin menjadi pemenang di hati nasabah, serta ilmu yang ia miliki dapat bermanfaat bagi banyak orang. Sidik kembali menghubungi Ibu Dewi dan bertanya mengenai kendalanya. Dengan gembira, Ibu Dewi menyampaikan bahwa ia sudah berhasil *upload* gaji karyawan. Dengan menggunakan ketiga kreativitas tersebut, Sidik pun mendapatkan banyak manfaat, baik dari sisi nasabah maupun untuk dirinya sendiri. Manfaat yang didapatkan, seperti mendapatkan kepuasan dan loyalitas dari nasabah serta meningkatkan nilai (*value*) untuknya.

## Cerita Pemenang Platinum

Tidak merasa berpuas diri sampai di situ saja, Sidik pun terus melakukan pengembangan diri, salah satunya dengan mengikuti kegiatan Kaizen untuk meningkatkan kualitas layanan. Dalam hal ini, tidak semua Agent memiliki kesempatan untuk bisa mengikuti kegiatan tersebut. Lalu, ia juga menjadi PIC di acara Mega Quiz Banker Challenge yang diadakan oleh Learning BCA untuk karyawannya di seluruh Indonesia. Ia juga mengukur kemampuan public speakingnya dengan mengikuti perlombaan yang diadakan oleh Halo BCA dan berhasil meraih Platinum Winner di The Best Presenter 2022.

Berbekal dengan pengalaman sekaligus kreativitas dan pengembangan diri yang dilakukan, Sidik pun berhasil dalam beberapa pencapaian kinerja, yang pertama, yaitu *Service Quality*. Ia mendapatkan angka 91% pada *Service Quality* yang diberikan oleh tim Quality Assurance, yang mana hal ini menunjukkan kemampuannya dalam melayani nasabah. Lalu, untuk bisa mendapatkan nilai yang bagus ini. Maka, ia harus mampu mengelola emosi dengan baik dan harus bisa memahami *Product Knowledge* yang lengkap.

Selanjutnya, yang kedua, yakni *Accuracy* atau Ketelitian. Seorang Agent Premium dituntut untuk selalu detail dan tidak boleh melakukan kesalahan dalam penginputan ID laporan. Jika tidak teliti, maka laporan tidak akan terproses oleh unit terkait yang mengakibatkan komplain dari nasabah. Untuk itu, pada periode Januari hingga Juni 2022, ia berhasil meraih angka 100% pada parameter ketelitian ini.

Berikutnya, *Productivity*, yang berhasil ia raih di angka 86%. Lalu, Fatal Error, yang mana ia tidak boleh salah sedikitpun dalam memberikan informasi kepada nasabah apalagi yang sifat resikonya

tinggi. Hal ini dikarenakan akan berdampak pada reputasi perusahaan. Namun, ia dapat membuktikan bahwa pada periode Januari hingga Juni 2022, Sidik berhasil meraih angka 0.

Guna mencapai kinerja terbaik dan menjadi agent yang solutif, Sidik pun memiliki motivasi pengembangan diri, yaitu Role Model Agent. Dalam hal ini, ia ingin menjadi Agent yang kreatif dan dapat memberikan contoh dalam hal kinerjanya. Kedua, ia juga ingin menjadi The Next Team Leader. Sidik merasa bersyukur karena telah menjadi salah satu bagian dari BCA karena memiliki jenjang karier yang bagus, maka ia menjadi team leader merupakan salah satu motivasinya. Selanjutnya, yaitu Contact Center World Participant. Ia ingin bergabung dalam komunitas contact center di dunia karena dengan hal itu, dapat membuat Sidik lebih kaya dalam hal pengetahuan, serta memiliki pengalaman yang luar biasa di industri ini.

Dalam matematika terdapat materi operasional berhitung yang mana di dalamnya pun ada pengurangan, penambahan, dan pembagian serta perkalian. Begitu juga dalam dunia *service*, Sidik menyampaikan bahwa jika ia mengurangi kualitas layanan maka akan menambah ketidakpuasan nasabah. *“Sedangkan, jika saya memberikan effort yang lebih kepada nasabah, maka kepuasan dan loyalitas nasabah akan berkali-kali lipat,”* ucap Sidik.

## *Lita Rahmawati*

The Best Agent English  
PT Bank Central Asia, Tbk



## **Aksi Hero Sang *Wonder English Agent*, Menemukan Anak Nasabah yang Hilang Hanya Bermodalkan Kartu Debit**

**S**eperti yang kita tahu, pengalaman pelanggan sangatlah bermanfaat terutama dalam menjaga reputasi baik sebuah perusahaan. Untuk itu, kita sebagai Agent Customer Service merupakan salah satunya yang dapat mewujudkan hal tersebut. Lita Rahmawati, wanita kelahiran Banyumas ini mengawali kariernya sebagai Customer Service Inbound pada tahun 2020 dan kini telah dipromosikan menjadi Agent English di Halo BCA.

Sebagai Wonder English Agent, Lita memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab yang diemban, antara lain memenuhi kebutuhan pelanggan, yang mana sebagai customer service ia dituntut untuk mengetahui apa saja yang pelanggan butuhkan. Lalu, memberikan solusi terbaik merupakan tugas utama baginya. Dan juga, tak lupa Lita harus membuat dokumentasi, yang mana nantinya ini akan sangat dibutuhkan apabila ada kejadian dengan penyelesaiannya yang serupa.

Untuk mengemban tugas dan tanggung jawab setiap harinya, Lita perlu didukung dengan kompetensi yang mumpuni, pertama, yaitu *Attention to Detail*. Tidak hanya mendengar, Lita juga membutuhkan pernyataan yang lengkap supaya permasalahan dapat teratasi dengan tepat. Dengan memperhatikan setiap detail yang disampaikan, maka Lita akan lebih fokus pada akar masalah dan menentukan solusi atas permasalahan tersebut. Untuk menentukan solusi yang terbaik, Lita juga menggunakan kemampuan *Analytical Thinking*. Dalam hal ini, ia dapat menyelesaikan permasalahan dengan cara menganalisisnya secara sistematis. Dalam membuat dokumentasi, juga diperlukan *Team Player*. Kerjasama tim ini dibutuhkan karena kita sebagai manusia pasti membutuhkan orang lain untuk bekerjasama dalam pembuatan laporan dokumentasi tersebut.

*“I am just regular customer service, but now I’m not the basic, I am Super,”* ungkap Lita ketika ia mendapatkan kasus yang tidak biasa. Pada saat itu, Lita menerima telepon dari salah satu nasabah Bank BCA, yaitu Mrs. Luciana yang kehilangan anak perempuan satu-satunya. Anak perempuan berkebangsaan Jerman yang tinggal di Indonesia ini telah menghilang selama 3 hari dengan membawa kartu debit platinum milik nasabah tersebut. Suatu pagi, Lita menyapa nasabah tersebut, *“Good morning Halo BCA, Lita’s speaking Whom am I speaking with?”* namun Lita tidak mendengar jawaban apapun, melainkan hanya terdengar tangisan dari balik telepon itu.

Bersamaan dengan tangisan tersebut, Mrs. Luciana berkata, *“Saya kehilangan anak saya dia membawa kartu debit platinum saya, apakah kamu bisa bantu?”* Tentu saat itu Lita sangat kebingungan dan tidak tahu apa yang harus ia perbuat. Dengan rasa empati yang tinggi, ia menempatkan dirinya sebagai nasabah tersebut dan



memikirkan bagaimana perasaan seorang Ibu ketika kehilangan sosok anaknya dan tidak tahu apa yang sedang lakukannya sekarang. Dari lubuk hatinya, Lita pun meyakinkan diri sendiri bahwa ia bisa menjadi hero dan membantu nasabah tersebut untuk menemukan anaknya.

Untuk menyelesaikan masalah tersebut tentu bukanlah hal yang mudah. Untuk itu, hal pertama yang dia lakukan, yakni dengan kreativitas Hero's Mindset. Dalam kreativitas ini, Lita terus menggali informasi lebih dalam dengan beberapa pertanyaan, serta tentunya menunjukkan empati yang mendalam untuk nasabah. Dengan ini, nasabah akan lebih terbuka jika ia menunjukkan sikap empati atas permasalahan yang tengah nasabah hadapi.

Selanjutnya, yaitu menggunakan Hero's Creativity. Setelah mendapatkan persetujuan dari beberapa pihak untuk melakukan pengecekan terhadap transaksi kartu debit yang sudah terjadi, Lita melakukan *Detection* atau pengecekan di setiap transaksi yang ada menggunakan aplikasi CRM. Lita pun menemukan transaksi yang mencurigakan, dimana kartu debit tersebut melakukan penarikan tunai hanya di satu mesin ATM. Ia pun melakukan *Finding ID* mesin ATM tersebut dan melakukan pencocokan ke aplikasi BASE24. Aplikasi ini dapat menunjukan di mana lokasi mesin ATM tersebut. Setelah menemukan letak lokasi ATM yang dimaksud, Lita langsung menghubungi nasabah untuk mengkonfirmasi dan melakukan pencocokan wajah anaknya dari CCTV yang ada.

Setelah menemukan lokasi tepatnya, team leader Lita pun menghubungi nasabah dan menginformasikan hasil investigasinya bersama tim BCA. Nasabah pun merasa bahagia dan bersyukur atas informasi tersebut. Akhirnya kasus tersebut dapat terselesaikan hanya dalam waktu 3 hari kerja, sama seperti yang Lita janjikan kepada Mrs. Luciana.

Tidak berhenti sampai di sana, Lita masih melakukan pengecekan dan *memfollow up* kembali kepada Mrs. Luciana jelang satu minggu setelahnya. Dengan The Fuca Target atau Follow Up Case Target, team leader Lita mengabarkan bahwa nasabah tersebut telah menemukan anaknya dan tentunya merasa bahagia karena diprioritaskan. Nasabah juga merasa dihargai dengan pelayanan maksimal yang diberikan oleh Lita. Bahkan nasabah tersebut pun melakukan *free advertising* atas pelayanan BCA yang memuaskan, sampai membuat pernyataan di Twitternya betapa senangnya dia terkait pelayanan BCA.

Dari pengalaman pelayanan tersebut, Lita mendapatkan banyak pelajaran berharga, seperti *Empathy is the Souce of Power*. Bisa saja Lita menolak permintaan tersebut karena bukan jobdesknya, namun ia memiliki empati yang mana merupakan sumber kekuatan dari seorang customer service. Lalu, *don't limit yourself* karena Lita tidak tahu hal besar apa yang bisa ia lakukan, maka ia tidak ingin membatasi diri. Lita juga menarik kesimpulan bahwa *service is about creativity*, yakni pelayanan adalah tentang bagaimana cara kita untuk menyelesaikan permasalahan dengan kreatif.

Menangani berbagai karakter pelanggan membuat Lita terus terus melakukan pengembangan diri, salah satunya, yaitu mengikuti pelatihan. Baginya, ilmu itu penting dari apapun juga untuk itu, Lita pun ingin terus belajar dari siapa saja dengan mengikuti pelatihan. Selain itu, ia juga menjadi guru part time dengan mengajarkan anak usia 2 - 5 tahun. Melalui kegiatan mengajar ini, Lita pun dapat melatih dirinya untuk mampu mengendalikan emosinya. Tak hanya itu, ia juga bergabung pada komunitas pelayanan, yang mana dapat membantu Lita dalam membangun kesehatan mentalnya.

## Cerita Pemenang Platinum

Dengan segala kompetensi dan kreativitas yang dilakukan oleh Lita, ia pun mampu meraih KPI berdasarkan standar yang diberikan oleh perusahaan. *“Time is money,”* ucap Lita, untuk itu pada parameter kehadiran Lita berhasil mendapatkan angka 98,70%. Lalu, pada service quality, ia mampu melewati rata-rata, yaitu di angka 96% dan dengan ini, ia menjadi The Best Agent di Halo BCA. Untuk produktivitas, Lita berhasil mendapatkan 89% dan berhasil mendapatkan 0 fatal error.

*“Set your goals high and don’t stop til you get there,”* itulah secarik quotes dari BO Jackson yang dijadikan motivasi untuk Lita dalam melakukan pengembangan diri. Tak hanya berhenti dengan pencapaian yang telah ia raih, salah satu motivasinya untuk melakukan pengembangan diri, yakni tentunya jenjang karier. Lalu, ia juga mengadakan English sharing class, yang mana hal berbagi ilmu merupakan nilai yang ada pada dirinya. Terakhir, Lita ingin berpartisipasi dalam kompetisi contact center lainnya dengan taraf internasional. Ia yakin bahwa ajang tersebut merupakan tempat yang tepat baginya untuk menampilkan kemampuan yang Lita miliki. Lita percaya bahwa bekerja keras tidaklah cukup, kita juga harus konsisten dan memiliki semangat tinggi untuk mencapai goals yang kita inginkan. *“Don’t forget to pray and trusting the process,”* ucap Lita.

*Jessica Cheseey*

The Best Agent English  
DHL EXPRESS



## Menjaga Kepuasan Para Pelanggan dengan *Superpower*

**D**HL Express merupakan perusahaan penyedia layanan logistik internasional yang beroperasi di lebih dari 220 negara dan wilayah di seluruh dunia. Sebanding dengan jangkauan bisnis yang luas, DHL Express tentu memiliki jumlah pelanggan yang besar juga. Oleh karena itu, wanita kelahiran tahun 1993 ini pun hadir dan bergabung bersama DHL Express untuk melayani para pelanggan yang tersebar di berbagai wilayah sebagai Customer Service Advisor.

Bukan sekadar melayani, Jessica sebagai Customer Service Advisor juga memiliki tugas dan tanggung jawab lainnya. Tugas pertama, yaitu menjawab semua pertanyaan pelanggan terkait permintaan, pemesanan, dan pelacakan pesanan. Lalu, ia juga menangani berbagai keluhan pelanggan, untuk itu Jessica pun membutuhkan kemampuan komunikasi yang baik untuk menghadapinya. Ketiga, yakni memberikan solusi dan alternatif yang terbaik kepada para pelanggan.

Tahukah apa persamaan antara Superhero dan Customer Service? Keduanya sama-sama memiliki kekuatan super atau superpower. Untuk itu, Jessica memiliki kompetensi yang merupakan POWER dari seorang customer service. Kompetensi pertama, yaitu Patience atau kesabaran. Untuk menjadi customer service yang profesional, kesabaran adalah hal penting yang perlu dimiliki. Setiap harinya, ia pasti menerima telepon dari pelanggan yang sangat beragam, mulai dari pelanggan yang tengah merasa kesusahan, kesulitan, hingga keresahan.

Lalu, bersikap *Optimistic* karena menjadi seorang customer service, ia harus memiliki kemampuan yang serba bisa dan selalu berpikir positif. Pengetahuan yang baik juga diperlukan, maka dari itu Jessica pasti memiliki *Well Knowledge*. Dengan pengetahuan produk yang baik, maka ia bisa menjelaskan kegunaan dari produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan kepada pelanggan. Jessica juga dituntut untuk *Efficient*, yakni menjawab pertanyaan dan kebutuhan pelanggan, serta menyelesaikannya dengan cepat sehingga pelanggan merasa puas. Selain itu, customer service pun harus bisa diandalkan atau *Reliable* guna memberikan jawaban yang akurat. Hal ini tentunya dapat membangun kepercayaan pelanggan dan semua permasalahan dapat diselesaikan dengan baik.

Pada suatu ketika, Jessica pernah menerima telepon dari pelanggan yang menanyakan perihal paketnya yang mengalami keterlambatan sampai 3 hari. Paket tersebut berisi paspor yang dikirimkan dari UK menuju Labuan Bajo. Pelanggan tersebut merupakan wanita karier yang sangat sibuk dan saat itu ia ingin kembali ke negara asalnya, namun paket tersebut tak kunjung tiba. Untuk menyelesaikan permasalahan ini, Jessica pun memperjelas beberapa latar belakang dari kasus tersebut supaya ia mampu

menemukan benang merahnya.

Pertama, ia menemukan bahwa pengiriman sudah berstatus urgent dikarenakan pelanggan tersebut membutuhkan paspornya segera untuk kembali ke negaranya. Lalu, alamat pengiriman diketahui sebagai remote area yang mana membuat kurir membutuhkan waktu lebih panjang untuk menentukan jadwal pengirimannya. Yang ketiga, yaitu paket tersebut berisi berkas penting sehingga pelanggan tidak dapat kembali ke negaranya, sedangkan pelanggan memiliki jadwal bisnis yang harus segera didatangi. Dengan demikian, kasus tersebut diberikan ke tim DHL yang berada di wilayah Bali dan tentunya harus ditangani secara cepat.

Jessica pun tidak hanya diam dan menyerahkannya ke tim terkait begitu saja. Ia menggunakan beberapa kreativitas SUPER layaknya seorang Hero. Kreativitas tersebut di antaranya ialah Self control, dimana ia mengendalikan dirinya dengan mendengarkan seluruh keluh kesah pelanggan tersebut. Terkadang pelanggan memang hanya ingin didengar apalagi jika pelanggan tersebut sudah menghubungi ke customer service berulang kali dalam satu hari dan menganggap tidak ada yang bisa membantunya.

Lalu, *Understand*, yang berarti ia harus selalu mendengarkan dan memahami apa kebutuhan pelanggan. Dengan menempatkan diri kita di posisi pelanggan, maka kita memahaminya dengan baik alasan pelanggan melakukan pengaduan atau komplain tersebut. Menjadi customer service pun tidak hanya ditantang untuk memahami masalah utama pelanggan, namun ia juga harus Problem Solve, yakni bagaimana kita dapat menyelesaikan permasalahan tersebut.

## Cerita Pemenang Platinum

Dengan memberikan pelayanan yang Extra Miles, Jessica bisa mendapatkan hasil yang terbaik, dengan kerja keras dan memberikan yang tidak biasa kepada pelanggan. Terakhir, yaitu Responsive, dimana ia mampu menunjukkan daya tangkap yang baik sebagai agent dan bisa langsung menghubungkan kasus tersebut ke unit lain. Dengan ini, maka Jessica bisa langsung melakukan konsul terkait masalah yang terjadi.

Berkat kreativitas yang ia lakukan dalam menangani pengalaman pelayanannya tersebut, Jessica pun mendapatkan hasil yang memuaskan, seperti pelanggan yang merasa puas dan diprioritaskan. Pelanggan tersebut mengirimkan email pujian kepada manajemen DHL karena telah membantunya menemukan solusi atas permasalahannya. Lalu, ia juga belajar dari hal ini, seperti menunjukkan profesionalitas dalam menjaga nama baik perusahaan, serta meningkatkan kemampuan negosiasinya.

Selain bekerja, Jessica juga turut aktif berpartisipasi dalam berbagai rangkaian acara yang diadakan oleh perusahaannya. Beberapa waktu lalu, ia pernah berkontribusi menjadi panitia dalam rangka memberikan kit kesehatan kepada seluruh karyawan DHL di Indonesia pada saat pandemi COVID-19 melanda. Selain itu, ia juga menjadi Best FLA pada periode Maret 2022, dan juga berhasil meraih prestasi lainnya, yaitu 1st Winner of Best Cubicle Design pada DHL Competition.

Dari segi pencapaiannya selama menjadi customer service, Jessica mampu secara konsisten dalam enam bulan terakhir mencapai kehadiran di angka 100%. Selanjutnya pada Adherence Level mengalami peningkatan setiap bulannya, yakni yang awalnya berada di angka 95%, kini sudah mencapai angka 100%. Hal ini menunjukkan bahwa waktu yang ia gunakan ketika berinteraksi

dengan pelanggan terorganisir dengan baik dan efisien. Jessica juga memiliki penilaian atau assessment setiap bulannya yang berfokus pada pengetahuan produk dan layanan yang ada pada DHL Express. Pencapaian yang ia raih pada parameter Assesment ini selalu berada di angka 100% dalam 6 bulan terakhir. Berpartisipasi pada setiap pelatihan membuatnya dapat menjaga kualitas call yang ia berikan setiap harinya. Untuk itu, pencapaian pada parameter Call Quality meningkat dari 97% hingga kini mencapai 100%.

Di samping kemampuan serta kompetensi yang ia miliki sebagai customer service, tentu ada motivasi pengembangan yang membantunya dalam meningkatkan performa serta kontribusi kepada perusahaan. Pertama, untuk mengembangkan kemampuan leadershipnya, ia pun terjun menjadi mentor CS, dimana ini merupakan salah satu targetnya. Lalu, Jessica juga membuka toko offline untuk bisnis pribadinya yang mana dapat membuat ia meningkatkan skill penjualan. Terakhir, yaitu ia termotivasi untuk menjadi pemenang Platinum pada ajang TBCCI 2022. “There are no traffic jams along the extra miles,” ucap Jessica.



## *Bela Eka Pramesti*

Best of the Best Back Office  
PT Bank Central Asia, Tbk



## **Berhasil Mengusut Permasalahan Nasabah Selama 2 Hari Kerja Sebagai Paranormal *Investigator***

**M**elahirkan solusi-solusi terbaik bagi nasabah, itulah yang dilakukan oleh perempuan kelahiran Bojonegoro 26 tahun silam ini. Setelah meraih gelar Sarjana Pertanian di UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, Bela akhirnya bergabung dan menjadi back office di Halo BCA sejak Juli 2020 lalu. Di antara solusi terbaik yang diberikan, Back Office tentunya selalu dihadapkan dengan banyak kasus. Mulai dari yang biasa saja, hingga yang bikin *geleng-geleng* kepala. Beberapa tugas dan tanggung jawabnya yang Bela lakukan sebagai back office, di antaranya menindaklanjuti permasalahan nasabah yang tidak selesai di level agent. Lalu, melakukan koordinasi dengan unit terkait dalam penyelesaian masalah, serta tidak lupa untuk membuat laporan sebagai bukti otentik atas langkah-langkah terbaik yang telah dilakukan.

Sebagai back office, Bela diharuskan memiliki kompetensi yang mumpuni karena ia bekerja tidak hanya sekadar untuk diri sendiri,

namun juga mewakili perusahaan. Ia mengatakan bahwa ada satu hal yang berpengaruh pada sebuah bisnis, yaitu *customer focus*. Selain itu, ada juga hal lebih yang dapat ia berikan kepada nasabah dan perusahaan, yaitu *attention to detail*, dimana ia mampu untuk bekerja secara detail. Kemampuan pemecahan masalah atau *problem solving* juga menjadi prioritasnya. Lalu, bekerja sesuai dengan target membuatnya mampu mengelola waktu dengan maksimal atau *time management* yang baik.

Sejak pandemi COVID-19 melanda, banyak masyarakat yang tergiur untuk melakukan investasi karena banyaknya promo yang menarik. Sangat disayangkan, trend investasi ini tidak dibarengi dengan pengetahuan yang baik kepada masyarakat sehingga memakan banyak korban. Dalam hal ini, Bela pun menceritakan salah satu pengalaman menangani nasabah yang juga korban dari investasi bodong ini dan ia beri nama Ritual (Risiko Investasi Tanpa Ulik Asal Lembaga).

Golda, salah satu nasabah BCA tergiur dengan iklan di media sosial yang menjual emas seharga Rp500.000 per gram, yang mana hal tersebut merupakan setengah dari harga pasaran. Tanpa berpikir panjang, Golda langsung menginvestasikan uangnya sebesar Rp5.000.000. Dikarenakan mendapatkan *feedback* positif dari penjual, Golda pun akhirnya kembali mentransfer uangnya dengan nilai yang berbeda, yaitu sebesar Rp10.000.000. Tak hanya itu, Golda pun mengajak teman-temannya untuk melakukan investasi yang serupa dengannya. Pada akhirnya, salah satu dari mereka mulai mencurigai investasi tersebut dan mencari tahu fakta dari berbagai sumber yang ada.

Dengan perasaan marah sekaligus sedih, Golda akhirnya menghubungi Halo BCA untuk meminta bantuan. Setelah berhasil

menghubungi Halo BCA, agent pun akhirnya mengecek mutasi rekening nasabah dan blokir ATM suspect yang dilaporkan. Lalu, agent juga menginformasikan supaya nasabah memberikan dokumen yang dibutuhkan oleh pelapor dan memberitahu bahwa permasalahan ini akan diselesaikan dalam waktu 7 hari kerja.

Akhirnya, laporan ini pun diteruskan kepada back office dan harus segera Bela selesaikan. *“And I Have a Strategy,”* ucap Bela. Ia dapat menyelesaikan permasalahan pelanggan secara tepat dengan waktu yang cepat dengan menjadi Paranormal Investigator. Dalam hal ini, ia pun memiliki jurus-jurus andalan untuk memberantas Ritual, yang pertama, yaitu Sakti (Satukan Kasus, Telaah Isi). Sebagai Back Office, Bela mengamati adanya peningkatan total kasus kriminal. Ia menggunakan 30 menit pertama untuk mengkategorikan kasus kriminal untuk menghemat 480 menit jam kerjanya. Ia membedakannya dari segmentasi nasabah, seperti modus dan nominal kerugian. Selanjutnya, yakni Ampuh (Analisa Mendalam Problem Menyeluruh). Dalam mengindikasi rekening kriminal, biasanya membutuhkan waktu sebanyak 80 detik. Namun, ia hanya perlu menggunakan waktu 60 detik saja dengan indikator yang sudah dibuat olehnya.

Tidak cukup hanya menggunakan jurus Sakti dan Ampuh saja, Bela memiliki jurus lainnya, yaitu Jitu (Jalan Interaksi Titik Temu). Ia pun langsung menghubungi suspect dan bernegosiasi terkait permasalahan tersebut. Akhirnya, dengan segala negosiasi yang dilakukan oleh Bela, suspect pun akhirnya mau mengembalikan uang korban pelapor. Dengan ini, ia pun berhasil mencabut status laporan khusus ini dan menutup laporan. Dengan menjadi Paranormal Investigator, Bela berhasil menyelesaikan kasus ini hanya dalam dua hari kerja. Dari kasus tersebut, Bela menyampaikan dan menyimpulkan untuk selalu berhati, *“Hati-*

*hati, jangan meminjamkan rekening kepada orang lain!”* ucap Bela.

Berkat kecepatan dan ketepatan Bela dalam menangani kasus ini, ia mendapatkan pujian di media sosial. Selain itu, ia juga mendapatkan reward dari perusahaan, yaitu menjadi karyawan Smart periode April 2022. Dengan demikian, ia dapat meningkatkan produktivitas dan Bela pun semakin termotivasi untuk berinovasi dalam pekerjaan. Tak hanya Bela yang merasakan manfaat dari kasus ini, nasabah yang ditangani olehnya pun merasa diprioritaskan, serta terhindar dari kerugian finansial dan tereduksi dalam berinvestasi. Dari perusahaan pun juga demikian, dimana BCA dapat menciptakan *Customer Experience* yang positif sehingga banyak yang merekomendasikan BCA dan tentunya membuat brand image BCA semakin baik.

Setelah menangani pelayanan nasabah dan mendapatkan reward, Bela pun tidak merasa berpuas diri. Justru ia pun mengikuti kompetisi *Public Speaking* untuk pengembangan dirinya dalam bekerja sekaligus mengasah kemampuan. Selain itu, sebagai lulusan Sarjana Pertanian yang tidak ingin kehilangan ilmunya begitu saja, ia pun menceritakan berbagai pengalamannya dalam sebuah tulisan di web blognya. Dengan hal ini, ia dapat terus berfikir secara kreatif. Selanjutnya, ia juga aktif dalam komunitas sosial dari tahun 2015 hingga sekarang. Mengikuti komunitas ini, dapat mengasah empati Bela demi melayani nasabah secara maksimal.

Dalam pencapaian kinerja, Bela sebagai Back Office dibatasi dengan waktu pengerjaan Service Level Agreement. Contohnya, kasus investasi ini yang seharusnya diselesaikan dalam waktu 7 hari kerja menjadi 2 hari kerja, serta hasil grafik menunjukkan bahwa ia pun mampu mencapai target sebesar 95% pada bulan

Juni. Lalu, *Service Quality* yang dimana ia harus memiliki penilaian jarak pantau, mulai dari permasalahan masalah hingga sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Dari hal ini, ia mampu konsisten mencapai target di angka 100%. Selanjutnya, ia pun dituntut memiliki akurasi sebesar 100%, maka informasi yang diberikan harus tepat dan sesuai dengan kebutuhan nasabah serta prosedur perusahaan. Jika dilihat dari grafik, ia pun mampu mencapai target 100% setiap bulannya. Selain itu, satu hal yang menjadi kunci sukses Bela dalam bekerja adalah manajemen waktu yang baik, hal ini terwujud dari sikap disiplin serta memperoleh target 98% perbulannya.

Bela tidak ingin berhenti hanya dari keberhasilan pencapaian kinerjanya saja, untuk itu ia juga memiliki motivasi pengembangan lainnya dalam bekerja. Sebagai karyawan, terkadang ia dihadapkan dengan beberapa kasus yang dimana harus memiliki kreativitas khusus. Oleh karena itu, ia pun mengajukan usul kepada atasan untuk diadakan meeting inovasi bulanan supaya dapat menjadi karyawan yang inovatif. Lalu, ia juga ingin menjadi team leader di kemudian hari, serta ia juga ingin menjadi aktivis di masyarakat untuk mengedukasi dalam berinvestasi. *“Kita harus pintar dalam memilih pintu-pintu yang hadir di kehidupan karena ‘Some doors are best left closed’ dapat diartikan beberapa pintu sebaiknya tetap tertutup”*, ungkap Bela.

## Yogi Prabowo

Best of The Best Trainer/  
Best of The Best Quality Development  
PT Bank Central Asia, Tbk



## Seorang Pelari Tercepat Yang Mampu Mencapai Sebuah Target

“**A**nything is Possible, I don't Think Limits,” sebuah kutipan dari Usain Bolt seorang pelari tercepat di dunia yang mampu mengalahkan rekor dirinya sendiri dan ingin menjadi yang terbaik. Hal ini sama dengan Yogi sebagai Trainer di Halo BCA, ia mampu beradaptasi, belajar dengan cepat, dan berkreasi. Hanya membutuhkan waktu selama 8 bulan, Yogi dapat dipercaya oleh perusahaan menjadi seorang Trainer.

Di lokasi kerja, tentunya Yogi selalu mengajar di depan kelas setiap harinya. Namun, ada kalanya para trainee membutuhkan pendampingan secara one to one sehingga secara aktif ia pun turut membantu para agent di dalam operasional contact center. Lalu, tugas dan tanggung jawab Yogi sebagai seorang trainer dimulai dari proses *Developing*, yang dimana ia harus mampu mengembangkan modul, kurikulum, hingga cara mengajar. Selain itu, ada kalanya ia harus membuat tugas *reporting* hingga proses

*evaluation*. Mungkin saja, trainer lain dalam mengajar hanya sampai reporting. Tetapi, Yogi memiliki tugas lainnya, yaitu *motivating* dan *coaching* untuk peserta training.

Di era yang serba cepat seperti saat ini, tentu sangat dibutuhkan insan yang unik dan kreatif. Untuk itu, Yogi memiliki beberapa kompetensi penunjang tugas dan tanggung jawabnya sebagai trainer, di antaranya *Training needs Analysis*. Dalam hal ini, ia mampu menganalisis kebutuhan mulai dari proses awal hingga training selesai. Selanjutnya, Yogi mampu melakukan *Conceptual Thinking*, hal ini berguna untuknya ketika mengembangkan modul. Lalu, tentu saja ia pun memiliki *Delivery Skill* yang baik sehingga ia mampu membuat sesuatu hal yang susah menjadi mudah, sekaligus menciptakan kondisi kelas menjadi interaktif. Terakhir, tidak lupa ia juga memiliki kemampuan *Motivating* dan *Coaching Skill*, dimana akan berguna untuk peserta yang membutuhkan bantuan dirinya supaya mampu menghadapi segala hal rintangan yang ada.

Proses training tidak akan pernah berhenti dan Yogi mencoba untuk beradaptasi serta berkreasi. Ditambah lagi dengan kebutuhan headcount di Halo BCA Site Semarang yang cukup tinggi membuatnya menciptakan inovasi program kerja yang diberi nama Training Akselerasi. Pada tahun 2021, akhirnya Yogi merumuskan latar belakang, yang pertama yaitu target *headcount multi skill* tidak tercapai. Tetapi, dengan adanya Training Akselerasi target *headcount multi skill* bisa tercapai.

Selanjutnya, yang kedua, yakni periode training yang panjang akan menyebabkan biaya tambahan. Namun, dengan program ini maka akan ada kurikulum terbaru yang memiliki periode lebih pendek sehingga waktu yang digunakan akan lebih efisien. Lalu, yang

ketiga, yaitu Inkonsistensi tingkat kelulusan *post test* dari peserta training. Berkat adanya Training Akselerasi, tingkat kelulusan *post test* bisa konsisten tercapai target, meskipun menggunakan kurikulum baru.

Dalam menjalankan Training Akselerasi, Yogi memiliki empat kreativitas, yang pertama, yaitu *Check Readiness*. Sebelum berlari jangan lupa melakukan persiapan, begitu pula dengan Training Akselerasi yang juga dilakukan persiapan matang oleh Yogi. Selanjutnya, ia menganalisa *Average Handling Time* atau rata-rata waktu yang dibutuhkan agent dalam melayani nasabah. Hasil analisa Yogi menyatakan bahwa Training Akselerasi akan diimplementasikan pada agent yang sudah bekerja lebih dari 3 bulan dan akan mengikuti proses *Training Multi Skill*.

Selanjutnya, kreativitas yang kedua, yakni *Get Ready to Run*, yang berarti sebelum berlari jangan lupa pemanasan. Sebelum kurikulum yang dibuat selesai, jangan lupa untuk melakukan koordinasi agar lancar dan terkendali saat dijalankan. Tidak hanya berkoordinasi dengan tim internal training untuk pembuatan kurikulum, Yogi juga melakukan koordinasi dengan unit kerja lain, seperti Quality Assurance untuk melakukan validasi sampai dengan proses ujian. Selain itu, ia pun melakukan koordinasi dengan operasional untuk memastikan bahwa para peserta Training Akselerasi tetap optimal melayani nasabah sehingga terbentuk suatu kurikulum yang Yogi beri nama MPBK (Multi Ke Perbankan).

Lalu, kreativitas yang ketiga, yaitu *Magnify The Maps*. Ketika berlari harus bisa memahami medan perjalanan, lalu saat berlari harus bisa memahami rintangan. Dalam kurikulum akselerasi, Yogi memberikan kuis kepada peserta training yang terdiri dari verifikasi data, *product knowledge*, ataupun *procedure*. Dari hasil



kuis tersebut, ia mulai merumuskan dan melakukan mapping, serta mencari kebutuhan dari peserta training.

Selanjutnya, kreativitas keempat, yakni *Read The Sign*. Saat penunjuk jalan menunjukkan arah untuk belok ke kiri, maka kita harus belok ke sebelah kiri. Lalu, saat penunjuk jalan mengarahkan untuk belok ke kanan, maka beloklah ke arah kanan. Setelah adanya *mapping* yang sudah dibuat, saatnya melakukan pendampingan. Dalam proses pendampingan, bisa dilakukan dengan berbagai cara salah satunya dengan Self Learning dan *One Day One Knowledge*. Bahkan peserta dapat melakukan Roleplay Simulation *Between Trainee* dan *Roleplay Simulation with Trainer*. Pendampingan yang dilaksanakan ini bersifat fleksibel, yang mana dapat dilakukan di manapun dan kapanpun.

Yogi pun tidak lupa memberikan *Mystery Text* kepada peserta training. Hal ini dilakukan sesuai dengan kebutuhan peserta, di antaranya kebutuhan verifikasi, *product knowledge*, dan *prosedure*. Lalu, berdasarkan hasil program kerja akselerasi di tahun 2022, pemenuhan *headcount* bisa konsisten dalam pencapaian target dengan rata-rata 100%. Selain itu, tingkat kelulusan *post test* pada kelas perbankan bisa konsisten mencapai target di angkut 98,55%. Hal ini, sudah meningkat 2,61% dari 95,05%. Tidak hanya itu, kelas kartu kredit juga sudah konsisten untuk mencapai target dengan rata-rata 97,96% dan meningkat 1,05% dari 96,95%. Selanjutnya, nilai dari evaluasi akhir pelatihan kurikulum akselerasi pun juga konsisten mencapai target dengan rata-rata 3,82 dan peningkatannya mencapai 0,77%.

Dengan adanya program akselerasi, Yogi mendapatkan *feedback* baik dari tim *payment*. Jika proses training dihitung harian, maka dari program training bisa terjadi penghematan biaya sebesar

41,18%. “*I Don’t Stop Running When I’m Tired, I Stop When I’m Done,*” sebuah prinsip dari David Goggins yang selalu dijadikan pedoman oleh Yogi. Dalam hal ini, membuat ia cepat puas dalam hasil yang telah diraih justru membuat Yogi untuk melakukan pengembangan diri lainnya. Salah satunya, yaitu mengikuti kuliah S2 Manajemen SDM di Universitas Negeri Semarang. Tentunya, ilmu ini bisa diimplementasikan pada dunia pekerjaan, dimana ia mulai berkoordinasi dengan unit kerja lain ataupun tim internal training.

Selain itu, Yogi juga mengikuti One Learning & Development. Dalam hal ini, ia belajar secara optimal mengajar kelas blended atau mengembangkan suatu modul. Selanjutnya, seorang trainer juga dituntut memiliki stamina yang kuat, maka ia pun mengikuti olahraga lari setiap minggunya karena Yogi dituntut selalu ada di depan kelas dari pukul 08.00 hingga pukul 17.00 Sore.

Tidak hanya melakukan pengembangan diri, jika melakukan sesuatu ia akan menjalankannya dengan sungguh-sungguh agar bisa mendapatkan hasil yang maksimal. Hal ini Yogi tunjukkan dengan *Work Endurance* yang mencapai target rata-rata 100%. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa tidak ada peserta training yang mengundurkan diri dan berdampak positif pada pemenuhan *headcount* tim operasional. Begitu pula dengan evaluasi akhir pelatihan, dengan banyaknya metode penampilan membuat peserta nyaman dan rata-rata mencapai 3,83% dari skala 1 sampai 3. Selanjutnya, kelulusan pun bisa konsisten mencapai rata-rata 100% sehingga pada pemenuhan *headcount* juga konsisten dalam pencapaian. Terakhir, kualitas peserta training yang menggunakan kurikulum eksekulsi bisa mencapai target.

Sebagai Trainer, Yogi tidak hanya melakukan pengembangan diri

untuk mendapatkan hasil kinerja yang maksimal. Tetapi, ia pun juga memiliki motivasi pengembangan dalam mengajar, yang pertama, yaitu *Multi Skill Trainer* dan *Cross Class*. Dalam hal ini, ia ingin semua trainer bisa menguasai seluruh skill yang ada di Halo BCA. Hal ini tentu bermanfaat karena para trainer jadi bisa mengajar kelas lain, serta trainee bisa terbiasa dengan karakter orang yang berbeda-beda.

Selanjutnya, yang kedua, yakni *Push Notif for Tandem Needs*. Dalam hal ini, terdapat sebuah aplikasi untuk melacak letak agent yang bisa diproses untuk melakukan tandem sehingga trainer dan peserta tidak menyita banyak waktu dalam persiapan. Terakhir, yaitu *One Platform for All*. Dalam hal ini, terdapat satu aplikasi untuk menyimpan banyak hal, seperti materi, tugas, dan evaluasi akhir pelatihan. *“The Finish Line is Just The Beginning of a Whole New Race. Seorang pelari akan senang ketika memutus tali finish. Namun, masih banyak rintangan kejuaraan yang akan mendatang,”* ucap Yogi.

## *Tony Wahyu Praditya*

Best of The Best Supervisor  
PT PLN (Persero)



## **Anindyo, Abinaya, dan Abyasa: Cara Sederhana Meningkatkan Pencapaian Kinerja Agent**

*“Mahardikengtyas ring kamardikan, nugraha miwah sih wilas-anipun gusti ingkang maha agung, mugya tansah sumandha wonten ing jiwangga kita sawegung”* yang berarti semoga ketentraman hati yang tulus serta nikmat dari Allah Subhanawataala, Tuhan Yang Maha Kuasa menyertai jiwa rasa kita semua. Itulah yang dikatakan oleh Tony, seorang pria yang lahir pada 36 tahun yang lalu di Semarang. Jawa Tengah. Setelah menempuh jenjang pendidikan S1 Administrasi Publik di Universitas Diponegoro, ia pun mulai bergabung pada keluarga besar PLN 123 Site Semarang. Kemudian, ia pun memiliki jenjang karier yang berbeda, diantaranya menjadi Agent Inbound tahun 2011, Desk Control tahun 2012, Quality Assurance tahun 2013 hingga Tony pun diberikan kepercayaan oleh manajemen PLN 123 menjadi supervisor sejak tahun 2016.

Sebagai seorang supervisor, Tony memiliki tugas dan tanggung

jawab yang harus ia jalani setiap harinya diantaranya yaitu Perencanaan, Pengembangan dan Pengawasan. Dalam tugas Perencanaan, ia harus mampu membuat strategi yang baik dalam pengoperasian contact center PLN 123 guna memberikan kontribusi positif kepada perusahaan. Selanjutnya untuk Pengembangan, ia juga harus mampu melakukan pengembangan kepada kemampuan staf yang berkualitas untuk menunjang produktivitas kinerja. Lalu, tugas pengawasan dimana ia harus mampu melakukan pengawasan monitoring dan evaluasi secara periodik serta berjenjang. Dengan demikian, semua aspek diawasi dengan baik.

Guna melaksanakan fungsi tugas dan tanggung jawab secara optimal, seorang supervisor perlu memiliki kompetensi memadai. Dalam pekerjaannya, ia ditantang dengan masalah dan sasaran baru yang harus dicapai oleh perusahaan. Maka, kompetensi Kreatif harus ia miliki dimana Tony melakukan *wicak saneng noyo* yang berarti cerdas dalam menggunakan pemikiran atau kreatif. Selanjutnya, kompetensi kedua yakni menjalin relasi. Dalam hal ini, terciptanya *chemistry* dan hubungan baik antar anggota tim akan membangun tingkat kepercayaan yang lebih baik. Maka, sebagai supervisor ia harus merepresentasikan *smara bhumi adi manggala* sebagai pelopor pemersatu segala kepentingan. Hubungan yang baik dengan anggota tim yang akhirnya akan membuat mereka segan dan patuh terhadap arahan yang diberikan. Kompetensi terakhir yaitu *upskilling*. Dalam mewujudkan hal tersebut, ia mengaplikasikan *ruktisetya* garba rukmi dimana ia harus mampu menghimpun segala potensi dari anggota tim. Dengan demikian, anggota tim mampu tumbuh dan berkembang serta menjadi aset yang bernilai bagi contact center PLN 123.

Pengembangan kemampuan *staff* adalah fokus dari perusahaan PLN periode 2022, lalu cara yang harus dilakukan yaitu transformasi. Maka, Tony menciptakan program kerja dari bahasa jawa, diantaranya *Hangurubi* yang diartikan membangkitkan semangat. Lalu, *Hangruwat* artinya menyelesaikan masalah dan *Hanoto* artinya dapat memberikan tatanan yang lebih baik. Hal Program kerja tersebut harus mentransformasi cara kerja dan paradigmanya yang dilatarbelakangi dengan adanya *Low Motivation* pada agent PLN yang dimana hal ini berpengaruh pada beberapa parameter saat bekerja seperti prosentase atau tingkat kehadiran, penguasaan *product knowledge*, dan nilai kualitas layanan. Hal tersebut didasari oleh data pendukung tingkat kehadiran dan *service level* yang rendah dari agent sehingga mempengaruhi daya tampung penerimaan call dari PLN. Maka, perbaikan kehadiran perlu dilakukan guna mencapai *service level* dan sesuai target yang telah ditetapkan sebesar 90% dalam 25 second.

Pada tahun 2021, berada pada angka rata-rata 90% dibandingkan pencapaian *service level* pada periode yang sama. Selain kehadiran, saat pasca pandemi covid 19 *product knowledge* juga menjadi salah satu hasil kinerja yang belum maksimal yang dimana hanya menggunakan media komunikasi *online*. Namun, metode tersebut membuat *gap* pemahaman dan kejenuhan pada agent. Lalu, pencapaian *First Contact Resolution* yang ditetapkan adalah 92%. Sedangkan, bulan Januari hingga Desember 2021 rata-rata hanya mencapai 89,21%. Hal tersebut, menunjukkan *Product Knowledge* yang rendah berpengaruh pada pencapaian *First Contact Resolution*.

Selanjutnya, *CA Soft Competency* atau beberapa *skill* agent dalam pelayanan seperti intonasi dan empati pada saat melayani pelanggan. Tingginya *call over* pada perusahaan PLN justru

menurun kualitasnya dari sisi intonasi berbicara, agent berbicara dengan cepat karena beranggapan semakin cepat berbicara maka semakin cepat mereka menyelesaikan pekerjaan dan mengabaikan keramahan serta keantusiasan yang seharusnya menjadi hal pokok dalam pelayanan serta hasil dari *CA Soft Competency* khususnya intonasi dan empati hanya mencapai 87% pada tahun 2021.

Lalu, guna mendukung program kerja *Hangrubi*, *Hangruwat* dan *Hanoto*, maka dibutuhkan kreativitas yang bertujuan untuk meningkatkan komunikasi dan pencapaian kinerja agent dengan sesuatu hal yang baru. Terdapat beberapa fakta menarik terkait kehadiran tenaga kerja PLN 123. Sesuai pengamatannya, kehadiran terjaga sempurna apabila bertepatan dengan hari libur nasional. Hal ini, sesuai dengan kebijakan manajer bahwa setiap tenaga kerja yang terjadwal bekerja di hari libur nasional akan mendapatkan tambahan uang insentif dan ekstra fooding. Dengan demikian, membuat kehadiran agent PLN tertarik datang ke hari-hari tersebut, maka terciptanya solusi dari peningkatan kehadiran agent dengan cara mentrigger tenaga kerja untuk menjaga persentase kehadiran yaitu dengan memberikan reward bagi agent yang konsisten menaikkan pencapaiannya dan konsekuensi bagi agent yang belum konsisten.

Tony menciptakan kreativitas untuk meningkatkan kinerja agent diantaranya, Anindyo, Abiyasa, dan Abinaya. Kreativitas pertama yakni Anindyo atau kesempurnaan. Menurut Edwin Locke tujuan untuk bekerja menuju sasaran merupakan sumber utama dari motivasi kerja. Hal ini, dimanfaatkan oleh perusahaan PLN sebagai tujuan financial dibalik rendahnya motivasi bekerja dimana setiap kerja keras selalu ada hasil yang nyata. Dengan demikian, apabila tenaga kerja dapat tercapai kehadiran dengan persentase 100%

selama 3 bulan berturut-turut, maka agent akan mendapatkan prioritas jadwal hari libur nasional agar bisa mendapatkan uang insentif serta *extra fooding* tersebut. Selain itu, *reward unlimited* tukar shift dan tukar off juga diberikan untuk agent yang mampu mencapai kehadiran 100%. Dengan adanya keleluasaan tukar *shift* dan tukar *off* tersebut, maka apabila tenaga kerja sakit atau keperluan pribadi diluar kebutuhan kantor, agent tidak perlu izin untuk tidak masuk kerja. Begitu sebaliknya, terdapat konsekuensi apabila agent yang tidak mencapai kehadiran 100% seperti tidak akan mendapatkan uang insentif hari libur nasional selama 3 bulan kedepan serta benefit tukar *shift* dan *off*.

Kreativitas yang kedua, yakni *Abyasa* yang berarti pandai bahkan dapat disimpulkan bahwa *Abyasa* merupakan ide yang ia lakukan untuk meningkatkan pemahaman *product knowledge* dalam rangka peningkatan FCR. Pada kreativitas ini, ia menyediakan media belajar yang sesuai *learning style* agent dimana setiap agent akan diklasifikasikan kedalam learning style sesuai minat belajar dengan beberapa media belajar seperti video bagi agent yang memiliki *learning style visual*, podcast atau *voice notes* untuk agent yang menyukai media belajar auditori dan online simulasi bagi agent yang minat belajar kinestetik. Kemudian, ia juga melakukan *two layer evaluation* seperti melakukan product interview dan mistery call. Product interview yaitu melakukan interview kepada agent mengenai pemahaman SOP agar mengetahui seberapa jauh pemahaman agent terkait SOP. Lalu, ia memastikan agent mengaplikasikan SOP tersebut ketika melayani pelanggan dengan cara melakukan test call serta penilaian.

Seperti *Ajining Diri saka Lathi* yang berarti cerminan diri dapat dilihat dari cara berbicara. Maka, keramahan dalam berbicara dan keantusiasan dalam melayani adalah hal mutlak yang wajib



dimiliki agent. Dengan demikian, akan memberikan *best experience* kepada pelanggan yang menghubungi PLN. Untuk itu, ia menggunakan kreativitas ketiga bernama Abinaya yakni semangat dan antusias. Pertama, team trainer dan QA menetapkan agent sebagai target perbaikan *soft* kompetensi sesuai dengan penilaian *customer attribute* dimana parameter intonasi dan empati di bawah angka 92%. Kemudian, ia membuat grup WhatsApp yang berisi agent-agent tersebut. Selanjutnya, agent tersebut diminta untuk membuat video simulasi yang diupload di grup dengan menunjukkan intonasi terbaik didukung dengan ekspresi tersenyum agar tercipta intonasi ramah dan antusias.

Setelah ketiga kreativitas tersebut dijalankan, pencapaian service level dan progres baik terlihat dari bulan ke bulan. Jika, dilihat dari hasil program kerja periode tahun 2022 terjadi kenaikan rata-rata kehadiran 3,98%. Lalu, service level periode tahun 2022 menaik di angka 13,60%. Selanjutnya, nilai rata-rata first contact resolution dari tahun 2021 mencapai 88,03% menjadi 96,43% di tahun 2022. Sedangkan, pencapaian CA Soft Competency yang pada tahun 2021 mencapai 83,11%, saat ini tahun 2022 menjadi 94,51%.

Dari segala bentuk kreativitas sebelumnya tidak mungkin diperoleh secara spontan, maka adanya pengembangan diri yang dilakukan, yang pertama yaitu menjadi pemateri atau trainer. Hal ini, ia lakukan ketika *benchmark* dan *site visit* bersama peserta Certified Contact Center Manager (CCCM) di perusahaan PLN pada mulai mei 2022 lalu. Hasil dari kegiatan tersebut, ia dapat memperkenalkan sekaligus berbagi tentang budaya organisasi dan operasional PLN. Lalu, ia mengikuti seminar rencana program kerja dimana ia belajar menyusun program kerja yang dapat *mensupport* kinerja anggota sekaligus perusahaan. Selanjutnya, ia juga mengikuti *Workshop Hypnotherapy*. Dalam workshop

tersebut, ia pun memperoleh ilmu baru terkait teknik pemberian sugesti untuk meningkatkan motivasi seseorang.

Tidak hanya pencapaian dari kreativitas dan pengembangan diri yang dilakukan, Tony sebagai supervisor, ia pun memiliki hasil pencapaian KPI pencapaian diantaranya kehadiran site pada periode 2022, ia selalu mampu terjaga di angka 99,32%. Selanjutnya, dalam pencapaian *service level*. Jika dilihat dari peningkatan grafik sudah menuju target yang ditetapkan mencapai 90% dalam 25 second. Hal ini, tidak terlepas dari kreativitas yang telah dilakukan di periode tersebut. Lalu, dari segi pelayanan atau FCR mampu mencapai target yang ditentukan yaitu 92% dan 93% Customer Atribut. Dengan cara belajar dan berbagi *product knowledge* serta disesuaikan dengan *learning style*, maka membuat agent merasa lebih mudah memahami dan mendapatkan lebih baik dari proses bisnis.

Terakhir, masih ada hal lain yang Tony harus lakukan demi meningkatkan potensi seorang supervisor diantaranya yakni video *Customer Service*, *Agent Desktop* dan *Workshop Digital*. Motivasi pengembangan *video Customer Service*, ini akan menjadi salah satu solusi dari penerapan pelayanan jarak jauh. Namun, tetap memberikan kesan dekat dan berharap pelayanan selalu meningkat. Lalu, *Workshop Digital Media*, ia pun mengharapkan adanya workshop untuk para *leader* di PLN tentang pembuatan media pembelajaran digital yang lebih kreatif dan interaktif. Selanjutnya, *Agent Desktop* yang *user friendly*. Sehingga, agent dengan mudah dapat memantau *performance* seperti pencapai AHT, jumlah *call handling*, dan *workload*. “Pungkasan atur mugi rahayu pinanggih TBCCI 2023,” ucap Tony yang artinya, ia pun berharap Anda bisa berhasil dalam perlombaan TBCCI 2023.

*Andre*

Best of Best Support  
PT Bank Central Asia, Tbk



## Memiliki Cara Berpikir Kreatif dan Out of the Box, Dapat Menciptakan Sebuah Aplikasi Specta

Pertengahan tahun 200 masehi Tiongkok berdirilah ketiga dinasti besar yaitu Wei, Wu dan Shu. Suatu ketika sang ahli strategi dari dinasti diberikan perintah untuk menyiapkan 100 ribu anak panah dalam waktu 10 hari. Dalam waktu 10 hari, itu tidak mungkin bisa terjadi. Tetapi, Zhuge Liang mengatakan bahwa 10 hari terlalu lambat, berikan ia waktu 3 hari. Jika dalam waktu 3 hari tidak bisa memberikan 100 ribu anak panah maka penggalah kepalanya. Dalam menjalankan misinya, Zhuge Liang hanya meminta 30 kapal yang harus dilapisi oleh tumpukan jeram dan saat itu ia pun telah memprediksikan bahwa 3 hari kedepan akan terjadi kabut yang sangat tebal. Pernyataan ini benar, Zhuge Liang bersama 3 kapalnya maju ke perbatasan musuh dan ia menyuruh prajurit untuk mengajukan perang. Dengan cara kreatif dan *out of the box*, Zhuge Liang berhasil mendapatkan 100 ribu anak panah dalam waktu 3 hari.

Dengan cara kreatif dan *out of the box* dari cerita sebelumnya, hal ini membuat Andre yang berkelahiran di Jakarta tahun 1989 ingin menceritakan kontribusi dirinya terhadap Halo BCA dengan cara yang kreatif dan *out of the box*. Selain itu, pria lulusan Bina Nusantara ini sering sekali menghabiskan waktunya di *Breakout Area* karena ide yang inovatif dan kreatif biasanya muncul ditempat friendly dan menyenangkan. Sebagai IT Support, tentunya ia juga memiliki tugas dan tanggung jawab di antaranya menangkap dan menkontrovertif kebutuhan contact center menjadi sebuah IT Solution yang dapat dipecah menjadi tiga hal seperti *Ensuring Application Available* atau memastikan selalu aplikasi selalu tersedia, memastikan *Zero downtime* dan *Zero problem* dapat dikendalikan, serta Innovation atau Dinuous Improvement. Secara garis besar, tugas dan tanggung jawabnya ialah berhubungan dengan aplikasi dan contact center.

Dari tugas dan tanggung yang dimiliki oleh Andre, ia juga memiliki sebuah kompetensi untuk menjalankan pekerjaannya diantara *Strong Analytical Thinking*. Dalam hal ini, ia harus memiliki kemampuan analisa yang cukup mumpuni. Selain itu, ia juga memiliki Microsoft CRM Certified atau sertifikat Microsoft khususnya pada aplikasi CRM. Lalu, ia pun menjadi *Innovation Maker*. Berkat kompetensi tersebut, ia memiliki ide inovasi yang digunakan luas oleh nasabah BCA adalah mengkontroversi transaksi kartu kredit menjadi kartu cicilan pada aplikasi BCA Mobile.

Program kerja yang diusung terinspirasi oleh Doctor Strange. Doctor Strange mempunyai kekuatan untuk membuat portal yang memungkinkan ia dapat berpindah dari dimensi satu dengan dimensi satunya dalam sekejap. Untuk itu, program kerja yang diusung oleh Andre diberi nama Portal. Selain itu, dari program

kerja ini terdapat latar belakang yang dimana di Halo BCA ini mempunyai agent outbound yang disebut SOLA (*Solution Assistant*). Tugas agent outbound ialah menjalin relationship dan menawarkan solusi kepada nasabah. Tetapi, nasabah yang memiliki satu tingkat dari nasabah prioritas atau soliter.

Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab Agent SOLA dalam sehari-hari, Agent SOLA menggunakan aplikasi utama yaitu Specta. Aplikasi yang dapat mengetahui profil nasabah lebih dari nasabah itu sendiri. Mulai dari tabungan, transaksi, bahkan hingga relasi dari nasabah tersebut. Lalu, aplikasi Specta ini dilengkapi dengan fitur unggulan yaitu *personalize solution recommendation*. Dalam hal ini, agent outbound tidak perlu bersusah payah dalam menganalisa sebelum menawarkan solusi kepada nasabah. Setelah setahun fitur tersebut diimplementasikan, Andre pun menemukan fakta bahwa data *solution recommendation* yang diterima tidak lengkap. Jika satu solusi dan rekomendasi terlalu panjang dan strip itu akan langsung dipotong oleh sistem secara otomatis sehingga informasi yang diterima agent tidak lengkap.

Andre juga melakukan survei kepada salah satu agent outbound tentang *personalize solution recommendation*. Dari survei ini, 34% menjawab tidak berhubungan dengan kebutuhan nasabah sedangkan 48% menjawab sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah tetapi masuk permintaan yang lama sehingga momentum yang digunakan untuk menawarkan kepada customer sudah hilang atau basi. Diketahui bahwa permasalahan utama tersebut adalah *distribution process problem* yang tidak efektif. Dari data *solution* dan *recommendation* dihasilkan dari *campaign generator* setiap harinya ke aplikasi specta yang masuk sekitar 10 ribu bahkan bisa ratusan ribu. Kemudian, data ini akan digunakan oleh agent untuk menawarkan kepada nasabah. Lalu, *customer feedback* yang

diterima akan di update kembali ke aplikasi Specta. Setelah sebulan kemudian, *feedback* tersebut akan dikembalikan kepada *campaign generator app*.

Tidak hanya terjadi permasalahan pada aplikasi saja, namun jika terdapat *error* kecil di tengah-tengah proses maka, proses akan diulang kembali dari tahap awal. Sehingga, proses yang tidak efektif dan tidak efisien ini memerlukan waktu sekitar 302 menit lamanya. Lalu, goal yang ingin Andre capai adalah mengurangi waktu pendistribusian dari 302 menit menjadi kurang dari 5 menit. Hasil analisa Andre juga di support dari data-data pendukung seperti *Solution Recommendation Processing* membutuhkan waktu sekitar 110 menit dan data *Feedback Response Processing* untuk pendistribusian data *customer feedback* memerlukan waktu sekitar 192 menit dan bila terjadi *error* harus diulang kembali. Dalam sebulan rata-rata pengulangan terjadi 9 kali dan data ini juga selalu meningkat setiap bulannya sehingga mengalami tren yang meningkat.

Selain data sebelumnya, terdapat data *Low Sales Conversion Rate* dari 913,072 call ke customer hanya menghasilkan 4,819 Business Won. Dapat diartikan, untuk mendapatkan satu bisnis diperlukan *effort* ke customer sebanyak 189 kali dimana hal tersebut sangat tidak efektif. Oleh karena itu, kreativitas yang Andre usung adalah mengangkat sebuah inovasi yang ia beri nama Portal. *System The Portal* adalah sebuah mekanisme yang memungkinkan sinergi atau sinkronisasi aplikasi dengan aplikasi lainnya secara real time sehingga tidak ada lagi batch process dan proses langsung diterima dari masing-masing aplikasi. Lalu, teknologi yang melatarbelakangi ini adalah API (*Application Programming Interface*). API sebagai penghubung sebuah aplikasi dengan aplikasi lainnya. Jadi daripada setiap hari ribuan data dari aplikasi

*campaign generator* yang dikirimkan ke aplikasi specta. Namun, aplikasi Portal dapat mengubah mekanisme yang sebelumnya *Batch Process* menjadi *by Request*.

Aplikasi portal ini tentunya memberikan hasil berupa *Better Distribution Process* seperti *Distribution Process Time* yang sebelumnya 302 menit menjadi kurang dari 1 menit. Lalu, *Re-run Distribution Job* yang sebelumnya 9 kali perbulan sekarang menjadi 0 karena prosesnya *real time*. Begitu juga dengan *Update Campaign Response* yang sebelumnya sebulan sekali di update sekarang kurang dari 1 hari karena prosesnya juga sudah *real time*. Selain itu, hasil berupa *Better Sales Conversion Rate* dalam peningkatan *Sales Conversion Rate* yang sebelumnya 1 sales diproduksi didapatkan dari 189 *calls* sekarang 1 sales didapatkan dari 25 *calls*. Hal ini membuktikan bahwa terdapat peningkatan efektifitas sampai 8 kali lipat.

Setelah mendapat hasil yang memuaskan, Andre sebagai IT Support tidak merasa puas diri melainkan ia juga melakukan pengembangan diri agar dapat lebih sempurna di antaranya yakni *Learning New Technology*, *Reading Book* dan *Sharing Knowledge*. Pengembangan diri pertama yakni *Learning New Technology* dimana ia terus mempelajari teknologi baru untuk diterapkan di contact center Halo BCA. Selanjutnya, ia juga melakukan pengembangan diri *Reading Book* atau *Reading Habits*. Ia membiasakan diri untuk membaca minimal 4 buku dalam setahun dengan genre buku yang beragam seperti investasi, motivasi, teknologi hingga psikologi. Hal tersebut dikarenakan ia mempercayai konsep *Connecting The Dots* dimana ia mengambil benefit dari cabang ilmu lain yang kemudian digabungkan dengan teknologi untuk menghasilkan terobosan yang sangat baik. Lalu, ia mengasah kemampuan komunikasinya dengan cara melakukan

*Sharing Knowledge (In-Class Training)* bersama rekan agent. Terakhir, yakni Winner Sharing. Dalam hal ini, ia juga suka melakukan pendampingan winner sharing serta melakukan coaching bersama rekan terkait menjadi pemenang IT Support Contact Center skala dunia.

Berdasarkan kompetensi hingga pengembangan diri yang telah dilakukan oleh Andre. Ia memiliki beberapa pencapaian kinerja di antaranya, yakni *Response Time*, *Resolution Time*, *Hardware and Software Readiness* dan *Internal Cust Satisfaction*. Jika, dilihat berdasarkan pencapaian kinerja (KPI) yang mulai dari *Response Time* di IT dengan waktu hanya 5 menit untuk merespon. Tetapi, ia berhasil merespon di bawah waktu 5 menit, sama halnya dengan *Resolution Time* ia juga berhasil mencapai dibawah 12 menit. Lalu, *Hardware* dan *Software Readiness* pun juga berhasil melebihi target 99%. Kemudian, *Internal Cust Satisfaction* Andre berhasil mencapai diatas 95%. Hasil dari semua pencapaian tersebut telah berhasil ia tangani ini dimulai periode Januari hingga Juli 2022.

Berikutnya, Andre tidak hanya melakukan pengembangan diri tetapi ia juga memiliki motivasi pengembangan untuk dirinya dan perusahaan contact center. Pertama, yakni SPECTA Enhancement Feature dimana ia ingin menambahkan fitur Customer's Journey di aplikasi Specta sehingga agent dapat mengetahui interaksi antar nasabah dengan BCA dalam satu timeline. Selanjutnya, yakni ia juga ingin menambahkan fitur Real Time Complaint Status pada aplikasi Halo Apps agar nasabah dapat mengetahui problem terkini yang sedang dihadapi. Terakhir, Real Time Anomaly Detection merupakan motivasi ketiga bagi Andre. Dari motivasi ini, ia ingin membuat suatu sistem yang dapat mendeteksi anomali atau transaksi yang diluar batas wajar sehingga tindakan penipuan, pencucian uang dan sebagainya dapat diminimalisir. “*Sesuatu*



## Cerita Pemenang Platinum

*yang hebat pada masa lampau, bisa menjadi biasa-biasa saja dimasa sekarang. Untuk itu, tetaplah menggunakan cara-cara kreatif dan out of the box agar kita bisa membeli masa depan dengan harga yang lebih murah,”* Tutup Andre.

*Epi Sumarni*

Best of Best Agent Digital  
PT PLN (Persero)



## Menjadi *Digital Trooper* yang Mampu Mengatasi Permasalahan Pelanggan dengan Fast Respon

Saat ini, peradaban manusia berubah 100% karena mikroorganisme yang ukurannya lebih kecil daripada bakteri. Hal ini dikarenakan oleh materi genetik yang ada pada mikroorganisme yang dapat merusak atau mengubah sel untuk berkembang biak dengan cepat. Sama halnya dengan media sosial, perkembangan dunia digital yang semakin pesat dan viral kini sangat menginfeksi kalangan, mulai dari Gen X hingga kaum millennial. Masyarakat juga semakin adiktif dalam memanfaatkan layanan media sosial untuk berkeluh kesah hingga *make money*, dimana tingkat penetrasinya mencapai puluhan juta orang. Pada bulan Januari 2022, pengguna media sosial di Indonesia telah menembus angka lebih dari 190 juta dimana hal tersebut merupakan sebuah peningkatan dari tahun 2021. Hal tersebut tentu sangat menginfeksi sehingga kita harus mampu menjaga diri agar tidak terjangkit dan tidak menjadi sakit.

Epi Sumarni merupakan seorang Agent Digital Contact Center PLN 123 yang bergabung sejak tahun 2018. Wanita berkelahiran tahun 1986 ini telah berhasil menempuh jenjang pendidikan S1 Komunikasi di Universitas Negeri Jakarta. Menurutnya, tidak semua virus memiliki reaksi negatif bagi tubuh, ternyata virus mampu mengendalikan kesehatan agar tetap bekerja secara optimal dan maksimal. Epi mengibaratkan dirinya sebagai probiotik yang dibutuhkan oleh PLN dengan beberapa tugas dan tanggung jawab. Pertama, *Vaccination*. Sebagai *digital trooper* PLN 123 yang selalu diserbu oleh ribuan *case* dari berbagai platform media sosial, ia harus mampu memberikan service yang solutif dengan cepat dan tepat sehingga pelanggan tidak beralih ke media layanan lainnya. Selanjutnya, tugas yang kedua, yakni *Gene Therapy*. Disini, virus mampu mengubah gen menjadi penyebab infeksi, tetapi bisa saja gen menjadi penyembuh yang dimana 100% aktivitas melayani dunia digital adalah menulis sebuah konten yang dapat menjadi obat bagi netizen serta semari *probless* yang lengkap dan terus berubah serta dapat menjadi multi vitamin yang terus mengupdate kemampuan untuk meregenerasi *knowledge* dan *skill* digital. Terakhir, *Make an Antitoxin* merupakan tugas Epi yang ketiga. Dalam hal ini, ia menggabungkan DNA virus dengan gen yang mempunyai sifat yang menguntungkan. Begitupun dalam pekerjaan, ia mengedukasi pelanggan dan promosi produk PLN melalui *feed*, *insta story*, dan *reels* di instagram. Dengan demikian, akan terjadi transaksi niaga yang akan menambah *income* bagi perputaran ekonomi di perusahaan PLN.

Sebagai seorang Agent Digital, Epi bekerja dalam dunia digital dukungan kompetensi harus melengkapi skill yang sudah ada sebelumnya. Pertama disebut dengan *Replication*, proses pembentukan dan perbanyakkan komponen-komponen adalah salah satu siklus dari sebuah kehidupan benda kecil yang punya daya

serang yang sangat besar. Dalam membuat konten di *reels*, harus memiliki *caption* yang penuh hati dan memiliki persiapan yang matang. Dengan demikian, ia memiliki kemampuan analisa yang mempertimbangkan banyak hal mulai *viewers*, *design*, hingga *colours*. Kedua, yakni *Structure*. *Structure* disini, memiliki banyak ukuran dengan struktur yang sama seperti komunikasi virtual. Kemampuan *copywriting storytelling* adalah hal yang mewarnai dirinya dalam menciptakan *posting*, *caption* dan *hashtag* dengan *size* dan *shape* agar dapat memberikan dampak yang tinggi terhadap *Engagement Rate*. Selanjutnya, yaitu *Characteristic*. Dalam hal ini, sejatinya virus merupakan sama halnya dengan makhluk hidup yang mampu beregenerasi seperti probis PLN yang *unstable* menuntut dirinya harus mampu tetap beradaptasi dengan tren teknologi, *tools* dan aplikasi yang *booming* di dunia digital sehingga dapat menjawab semua keluhan pelanggan dengan respon cepat.

Sosial media di PLN sangat aktif, apalagi ada lebih 8000 postingan yang hilir mudik di *timeline* sosial media seperti Instagram, Facebook dan Twitter. Dalam hal ini, ada satu pengaduan yang dilontarkan pada sosial media PLN yang tidak bisa dianggap sepele yang terjadi pada 3 Maret 2022. Pada posting tersebut, adanya pelanggan yang update mengenai keluhannya di Twitter bahwa seorang pelanggan membeli sebuah token yang tidak sesuai dengan nominal pemesannya. Tidak tinggal diam, Epi langsung mengirim pesan kepada pelanggan tersebut sebuah *Direct Message* untuk menyelesaikan permasalahan pelanggan. Berdasarkan permasalahan tersebut, terdapat kesalahpahaman dimana pelanggan merasa ada kecurangan dari pihak PLN dan memaksa pengembalian dana dari PLN serta mengancam akan menyebarkan permasalahan ini ke seluruh media sosial.

Dari keluhan pelanggan tersebut, Epi menyimpulkan tiga poin penting yang dibutuhkan pelanggan di antaranya *Reply*, ia pun mengingat dampak *bom twitter* sangat besar. Dalam hal ini, Epi terampil dan cekatan dalam merespon keluhannya yang tidak kurang dari satu menit teridentifikasi serta tervalidasi. Lalu, *Report*. Supaya pelanggan membutuhkan penjelasan terkait rincian pemberian tokennya dan Epi sebagai agent yang paham betul pada product knowledge PLN terutama pada perhitungan token, ia pun cermat dalam menghitung rincian pemberian token. Selanjutnya, *Reshare* dimana ia mempresentasikan solusi untuk pelanggan yang melakukan simulasi perhitungan pembelian token agar mengerti dan menghindari *miscommunication*.

Info dari platform berita yang paling terkenal yaitu Twitter. Dalam hal ini, Epi pun mampu mengatasi keluhan dari pelanggan dengan cara *fast respon* serta beda daripada yang lainnya. Untuk mengatasi permasalahan pelanggan tersebut, ia memiliki beberapa kreativitas, yaitu attachment. Pelekatan ini dimulai dengan virus pada bakteri hingga melarutkan diri dengan memasukkan DNA nya ke dalam bakteri. Hal ini dikorelasikan dengan permasalahan pelanggan dimulai dengan langkah mengenal profil pelanggan, yakni *thread tracking*, profil dari kicauan membantu dirinya seberapa masif tipe pelanggan yang dihadapi sehingga ia dapat mencegah terjadinya *bom tweet*, serta adanya *bio tracking* yang mana memudahkan Epi dalam mendeskripsikan karakteristik pelanggan mulai dari hobi sampai sosialnya. Kreativitas yang kedua, yakni *Entry*. Proses penyuntikan virus ke dalam sel inang, ia lakukan dengan menginjeksi pengetahuan bisnis PLN. Hal tersebut tentu tidak mudah apalagi di media digital. Kemudian, Epi melakukan mention setiap pelanggan dan perlakukan secara personal dengan fitur yang telah disediakan media platform.

Selain itu, Epi selalu membuat ide yang cemerlang dengan cara share simulator perhitungan. Tidak hanya itu, tutorialnya pun menjadi *high value* untuk pelanggan yang selalu bisa dipakai. Selanjutnya, yaitu Released. Proses yang pelepasan oleh virus kedalam sel adalah kondisi dimana tubuh dapat tertular atau menular. Kemudian, cara anomali ia lakukan adalah kontrol ucapan terimakasih kepada PLN dan mengintensifikan hal positifnya dengan *retweet* serta share informasi dari pelanggan.

Dari kasus tersebut, Epi maupun pelanggan mendapatkan pengalaman yang berharga seperti Impression yang dimana simulasi yang diberikan, pelanggan pun merasa terkesan sehingga pelanggan merasa puas dan memberikan tweet positif dengan penyampaian informasi dan solusi yang tepat. Lalu, *Awareness*. Dari sini, ia mendapatkan pengalaman yang berharga yang didapatkan dari permasalahan pelanggan adalah kesadaran serta pentingnya *mengupdate product* PLN agar semua keluhan pelanggan dapat ditangani dengan fast respon. Selanjutnya, *Positive Image*. Kreativitas yang telah diberikan membuat pelanggan mengubah penilaian *Form Dislike To Like*.

Setelah berhasil memberikan solusi dari keluhan pelanggan. Hal ini, tidak membuat Epi merasa puas diri justru ia pun melakukan pengembangan diri yang dilakukan yaitu Secret Note dimana ia membuat alur dan trik rahasia dalam menjawab keluhan pelanggan dengan membagi dua tipe berupa normal dan spesial case untuk mempercepat pelayanan digital dirinya sehingga target *First Call Resolution (FCR)* dan *Quality Score* dapat tercapai. Lalu, Digital Platform Training yakni ia mengikuti pelatihan digital untuk mengasah kemampuan dalam mengoperasikan setiap platform sosial media. Kemudian, memberikan dampak kepada pelanggan ialah *full service* sesuai dengan sasaran perusahaan di point

*Quantity Case* tercapai sempurna. Tidak hanya mengikuti pelatihan *Digital Platform*, Epi pun melakukan *Share Goodness* yang berbentuk empati dan dituangkan ke dalam sebuah konten dimana ia melihat banyaknya masyarakat yang tidak paham tentang listrik. Oleh karena itu, sosialisasi dan edukasi kelistrikan ia kemas dalam bahasa dan design yang menarik serta ia bagikan di Twitter maupun Instagram.

Berkat kemampuan, kreativitas yang dimiliki hingga pengembangan diri yang telah ia lakukan. Ia memiliki beberapa pencapaian pada *Key Performance Indicator* (KPI) periode Januari hingga Juni 2022. Dalam parameter *Product Knowledge*, *First Call Resolution* dan *Quantity Case* menembus angka 100% selama enam bulan terakhir. Hal ini, dari target 148 postingan ia mampu menembus pada angka 177 postingan setiap harinya di Facebook, Instagram, Email dan Live Chat dengan rasio kenaikan achievement sebesar 19,5%. Selain itu, untuk parameter *Quality Score* ia mampu mencapai nilai sempurna yaitu mencapai angka 95% dari target 88%.

Keberhasilan pencapaian yang telah diraih oleh Epi, tidak membuat dirinya berpuas diri. Hal tersebut membuat ia semakin memacu untuk meningkatkan *product knowledge* dan *skill digital* agar parameter kinerja ia dapat mencapai nilai *Excellence*. Untuk itu, ia memiliki beberapa motivasi pengembangan diri yang ingin dilakukan seperti *Personal Branding*. Dalam hal ini, sudah 2 tahun melakukan *Work From Home* (WFH) tidak berarti ia lupa pentingnya sebuah penampilan. Maka, ia akan menularkan semangat melalui postingan unik melalui *style* dan *make up* yang kekinian agar meningkatkan kepercayaan diri. Kreativitas kedua yang ingin dilakukan yaitu *Small Talk Room* dengan menghadirkan kegiatan online yang membahas dinamika pelanggan digital antar *site*

## Cerita Pemenang Platinum

dengan agent dan team leader agar layanan digital menjadi optimal serta target perusahaan tercapai. Selanjutnya, Literasi Digital dimana ia menginginkan pakar digital datang sebulan sekali agar membuat dirinya bersama rekan kerja dapat berpikir kreatif, inovatif serta mengerti cara berkolaborasi dengan orang lain. *“Prestasi nyata, terangi Indonesia,”* tutup Epi.



*Grace Natalia*

Best of the Best Manager  
BLIBLI



## **Film Avengers End Game, Sebuah Awal Sekaligus Inspirasi dalam Menjaga *Happiness* of Customer dan Agent**

**A**da sebuah fakta menarik mengenai film. Ternyata orang-orang di Indonesia menggunakan 3.000 menit waktunya dalam sebulan hanya untuk menonton film. Berarti, orang-orang menghabiskan 50 jam per bulan atau hampir 30% waktu produktifnya digunakan untuk menonton film. Tidak heran, kalau banyak orang yang hidupnya terinspirasi dari film. Contohnya, adanya orang yang suka menonton film estetik, tetapi akhirnya menjadi anak senja. Lalu, ada juga yang suka menonton film motivasi ujung-ujungnya menjadi filsuf dadakan. Tidak hanya itu, ada orang yang suka menonton film horor tiba tiba menjadi religius karena takut jatuh sakit.

Dari beberapa fakta film tersebut, ada satu film yang menginspirasi perjalanan hidup seorang perempuan kelahiran kota Semarang ini. Grace menyatakan bahwa perjalanan karier hidupnya berawal

dari film favoritnya, yaitu Avengers Endgame. Banyak yang mengira bahwa EndGame adalah akhir dari cerita film ini, padahal Endgame adalah cerita kehidupan yang terjadi saat ini dan berasal dari kejadian pada masa lalu. Dari situ ia menyadari bahwa terkadang apa yang dianggap akhir, itu bisa saja awal dari segalanya.

Seperti yang kita tahu, perjalanan film Avengers ini selalu memiliki misi untuk menyelamatkan bumi dari musuh-musuhnya. Hal ini sama dengan Grace bersama timnya, dimana memiliki misi yang sangat mulia, yaitu menjaga *happiness of customer* dan agent. Maka dari itu, ia memiliki tanggung jawab yang harus dilakukan secara *continue*, di antaranya *Planning Strategy Operasional* sesuai dengan target kinerja yang ditetapkan. Lalu, *Develop Tim* member supaya semakin *compact*. Setelah, berhasil *men develop* tim member, ia pun percaya dan bisa mendelegasikan beberapa *project* kepada tim sesuai dengan kapabilitasnya. Selanjutnya tahap evaluasi, hal ini penting untuk mengukur dari hasil strategi yang sudah ditetapkan. Dengan ini, maka bisa terlihat bagian mana yang perlu di *improve* atau dimodifikasi.

Selanjutnya, tim member di Avenger mempunyai kekuatan masing-masing untuk menjaga bumi seperti Thor (palu listrik), Tony Stark (kostum yang canggih), dan Captain America (tameng anti pecah). Hal ini, sama dengan Grace yang mempunyai beberapa kelebihan dalam kompetensi untuk *mensupport* tanggung jawabnya, yang pertama, yaitu Leadership. Tahapan ini, sangat penting untuk menyatukan visi dan setiap langkah bersama tim. Lalu, yang kedua, yakni *Strategical Thinking*. Dalam hal ini, perlu mencari *problem solving* dari setiap permasalahan operasional yang ada. Selanjutnya, Teamwork. Ia perlu memiliki kerjasama antar tim supaya bisa mencapai atau menjalani strategi tersebut.

Terakhir, *Good Communicator*. Hal ini, perlu dilakukan agar bisa meminimalisir konflik manajemen antar tim.

Pada film Avenger, Thanos selalu berusaha untuk merebut batu-batu elemen demi menjalankan misinya, yaitu mengurangi banyaknya populasi di bumi. Batu-batu elemen ini dikenal sebagai *Infinity Stone* yang dapat diartikan sebagai batu tak terbatas. Jadi, Grace menciptakan sebuah program kerja yang terinspirasi dari *Infinity Stone* karena di dunia contact center pun ada pula elemen-elemen penting yang perlu dijaga untuk maintenance customer dan agent suspensions. Yang pertama, yaitu *Quality* dan *Personalized Service* bagi customer. Begitu juga dengan *People Development*, *Engagement* dan *Career Path* bagi para agent. Alasan program kerja diciptakan ini karena adanya jentikan penilaian dari pelanggan yang tidak puas terhadap pelayanan, penyelesaian kasus, bahkan belajar di BLIBLI.COM.

Dari latar belakang dari permasalahan pelanggan, maka Grace dapat *highlight* ketiga permasalahan, di antaranya angka ketidakpuasan customer dalam satu tahun terakhir 7-10%, hasil survey NPS (Net Promoter Score) menunjukkan bahwa layanan CS ini masih merupakan *Detractor*. Selanjutnya, hasil dari UX Research menunjukkan bahwa *customer* masih kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh tim BLIBLI.COM. Lalu, dari ketiga latar belakang ini, dapat dianalisis dan disimpulkan bahwa pemicu dari ketidakpuasan *customer* karena 60% customer service *slow respon* dan 40% di antaranya kurang memberikan informasi yang akurat.

Jika dilihat dari hasil sasaran perbaikan, terdapat komponen yang memiliki target dan pencapaiannya masing-masing. Lalu, ada juga beberapa parameter yang sudah baik tetapi ada beberapa

parameter lainnya yang belum optimal dalam pencapaiannya.

Komponen atau parameter yang sudah *over archive* adalah *invoice dissatisfaction* untuk *Creer Path* dan *Engagement Program*. Namun, keempat parameter lainnya masih belum optimal, yaitu Quality Score yang baru mencapai angka 83 dari targetnya 85 yang dimana 60% disebabkan kesalahan informasi. Lalu, parameter *Personalized Service* diukur dari *representative income* yang mencapai 20% dari target maksimalnya 5%. Selanjutnya, *People Development* yang baru mencapai 83% dari targetnya 92%. Hal ini disebabkan, karena *People Development* yang diberikan masih kurang akurat. Dari kelima *Infinity Stone* tersebut, ada tiga Stone yang masih dalam perbaikan, antara lain *Purple Stone*, *Blue Stone*, dan *Orange Stone*.

Pada film Avenger EndGame ini, ketika semua elemen batu atau stone bersatu dan aktif, maka siapapun pemiliknya dapat melakukan hal-hal yang luar biasa. Dari kreativitas sebelumnya, Grace dapat mengaktifkan semua elemen batunya, seperti *Purple Stone* yang berhasil mendapatkan *Quality Score* dari 83 menjadi 87. Sedangkan, *Blue Stone* berhasil menekan *Reseptative Incoming* dari 20% menjadi 5%. Kemudian, *Orange Stone* berhasil meningkatkan angka *ESAT Score* dari angka 85% menjadi 94%. Ketiga elemen *Stone* tersebut pun sudah aktif berkat *collaboration* antara Avenger Team di BLIBLI.COM. Apa yang terjadi ketika *Infinity Stone* sudah bersatu dan aktif? Yang terjadi, yakni beberapa populasi customer yang tidak puas terhadap service BLIBLI.COM telah menghilang. Hal ini, terbukti dari angka *CSAT* yang dimana sebelumnya mencapai 91% saat ini naik menjadi 96%.

Kenaikan dari *Infinity Stone*, tidak berhenti sampai di sana. Bisa dilihat dari *KPI* yang diraih oleh Grace, peran elemen *Infinity Stone*

ini turut *mensupport* pencapaian FCR yang memiliki target minimal 93%. Kemudian, memiliki maksimal *Human Error Rate* sebesar 5%. Lalu, CSAT memiliki target minimal 95%. Selanjutnya, Service Level memiliki target minimal 90%. Walaupun naik-turun, tetapi berkat collaboration antar tim ini, Grace pun tetap menjaga kinerja dirinya secara *on the rate track* sesuai dengan ketetapan perusahaan.

Dari hasil KPI tersebut, Grace juga ingin menjadi seperti tokoh Tony Stark di Avenger. Tony suka melakukan *never ending improvement*. Hal ini, terlihat dari seri ke seri ataupun film ke film, dimana kostum yang dimiliki oleh Tony semakin canggih fitur-fiturnya. Dari sini, Tony Stark mampu menginspirasi Grace untuk terus melakukan pengembangan skill dalam diri. Saat ini, ia sedang menempuh S2 Teknik Industri dengan harapan bisa menjadi dosen praktisi di kemudian hari. Lalu, ia pernah mengajar di program *mentoring* bagi mahasiswa semester 6 di salah satu Universitas di Yogyakarta dan Grace juga pernah mengikuti pelatihan *data analytics* yang diselenggarakan oleh Revo.

Ketiga *self development* tersebut pun bisa mendukung Grace dalam melakukan *The Next Improvement* di BLIBLI.COM. Maka, ada tiga hal yang ia kerjakan bersama timnya, seperti menciptakan *experience customer* yang *seamless*, dengan cara *self service* supaya pelanggan semakin mudah mendapati apa yang mereka butuhkan. Selain itu, kepuasan pelanggan dan kepuasan agent juga sangat penting. Maka dari itu, ia dan tim menguasai fitur-fitur pada *omnichannel* BLIBLI.COM supaya pekerjaan agent semakin mudah dan cepat. Selanjutnya, *leadership* memegang peranan penting di dunia contact center. Maka, Grace bersama supervisor tim akan membuat kurikulum dan pelatihan khusus bagi para team leader terbaik supaya memiliki jenjang karier yang lebih tepat.

## Cerita Pemenang Platinum

Terakhir, salah satu iconic momen di akhir film Endgame adalah ketika berada di pemakaman Tony Stark. Pada saat itu, Tony Stark dalam bentuk hologram menyampaikan sesuatu yang mengharukan dan Tony sempat mengatakan, *“I Love You 3000”* yang berarti sayang yang tidak pernah kebendung dan tidak pernah lekang oleh waktu. Hal ini, sama dengan menjadi manajer CS di BLIBLI.COM, dimana semua hal yang telah terjadi di perusahaan membuatnya semakin sadar bahwa di mana pun raga Grace berada, ia akan membawa hati yang tidak pernah utuh karena setengah hati sudah ditinggalkan bersama senyuman yang terukir pada para agent dan juga customer. *“So out for lovely customer and BLIBLI.COM I Love You 3000 karena kamu nomor satu,”* ucap Grace.

## Keyie Priarti

The Best IT Support  
PT Bank Central Asia, Tbk



## Efisiensi Pengelolaan Data Lintas *Site* dengan Program Kerja Samantha

“**O**ptimism is the faith that leads to achievement. Nothing can be done without hope and confidence” Keyie sepakat dengan kutipan dari Helen Keller bahwa harapan dan keyakinan merupakan kunci utama dari pencapaian. Wanita yang lahir di Jakarta pada 11 Januari 1995 ini berhasil menyelesaikan studi di Universitas Bina Nusantara tepatnya pada jurusan Audit Sistem Informasi. Sejak tahun 2020, ia telah bergabung dengan Halo BCA sebagai IT Support di Wisma BCA Foresta.

Sebagai seorang IT Support di Halo BCA, tentunya Keyie memiliki tugas dan tanggungjawab yang harus ia jalani. Tugas dan tanggungjawab tersebut di antaranya, yaitu *Problem Handling*, *Routine Maintenance*, dan *Improvement*. Tugas pertama yakni Problem Handling, ia melakukan penanganan pada masalah hardware maupun software pada user Halo BCA. Kemudian, ia melakukan *Routine Maintenance* atau pemeliharaan berkala terhadap *hardware* dan *software*. Terakhir, Keyie juga mengusulkan

beberapa ide-ide *Improvement* berdasarkan data yang ia miliki.

Untuk menjalankan tugas dan tanggungjawab tersebut, beberapa kompetensi mumpuni tentunya dimiliki oleh Keyie seperti *Hardware & Software Knowledge*, *Analytical Thinking*, dan *Creative Innovation*. Kompetensi pertama, yakni *Hardware & Software Knowledge* ia gunakan pada saat menangani masalah. Lalu, kemampuan *Analytical Thinking* ia gunakan pada saat penanganan masalah dan pemeliharaan berkala. Ketiga, kompetensi *Creative Innovation* juga ia gunakan pada saat mengusulkan ide-ide *improvement*.

Terkait ide *improvement* yang ia usulkan, Keyie memiliki program kerja yang dinamakan dengan Samantha. Samantha merupakan sebuah *sharing folder* yang digunakan pada Halo BCA agar para pengguna dapat mengakses folder atau file yang sama untuk keperluan dan kepentingan yang sama. *Sharing folder* tersebut dibagi menjadi beberapa akses mulai dari hanya membaca hingga mengubah. Pada saat ini, lokasi kerja tim Halo BCA tersebar di berbagai lokasi seperti 4 di Jakarta dan 3 di Semarang. Hal tersebut dapat memungkinkan bahwa apabila satu tim memiliki anggota tim yang tersebar lebih dari satu lokasi. Tim Halo BCA memiliki banyak agent dengan sistem kerja *shifting* dimana metode kerja yang digunakan, yaitu *sharing* visi. Setiap rekan agent menyimpan data pekerjaannya pada *sharing folder*. Berdasarkan hal tersebut, tentunya *sharing folder* ini menjadi hal yang penting bagi tim Halo BCA.

Sebelum adanya Samantha, teknologi *sharing folder* terpecah di setiap lokasi kerja yang dikelola secara desentralisasi di setiap *site*. Kondisi tersebut dapat membuat akses *sharing folder* lintas *site* tidak memungkinkan. Contoh nyatanya dikarenakan tim QA



tersebar di beberapa lokasi kerja menyebabkan file sama ada di beberapa sharing folder. Hal tersebut menjadi cukup rumit jika menyatukan file tersebut untuk kebutuhan *reporting*. Selain itu, ada beberapa latar belakang mengenai pengimplementasian Samantha. Pertama, *Separate servers in each site* dimana pada teknologi sebelumnya server tersebar di beberapa lokasi kerja sehingga pengelolannya juga tersebar. Dengan adanya Samantha yang memiliki *centralized center*, ia berharap pengelolaan menjadi terpusat oleh tim IT Support. Kedua, *High hardware costs & maintenance expenses* yaitu tingginya biaya peremajaan server dan pemeliharaan berkala. Berdasarkan latar belakang tersebut, Samantha dapat membantu mengurangi biaya untuk peremajaan server dan pemeliharaan berkala. Ketiga, *Sharing folder setting with multiple step* dimana pemberian akses folder dilakukan dengan beberapa langkah oleh tim IT Support. Dengan menggunakan Samantha, beberapa langkah kerja dapat dipangkas sehingga tercapai efisiensi durasi waktu. Terakhir, tingginya keluhan dari user Halo BCA seperti tidak dapat mengakses sharing folder. Oleh karena itu, Samantha diharapkan mampu mengurangi keluhan dari user Halo BCA terkait isu-isu *sharing folder*.

Beberapa latar belakang tersebut, didukung oleh beberapa data yang dimiliki oleh Keyie. Data pertama, biaya hardware dan pemeliharaan berkala. Pada teknologi sebelumnya, biaya hardware dan software untuk 7 lokasi kerja sebesar 960 juta dengan estimasi penggunaan 5 tahun. Dari hal tersebut, jika dibagi per bulan memakan biaya sebesar 16 juta. Selain itu, biaya pemeliharaan per bulan yang dikeluarkan rata-rata 26,8 juta per bulan dari data tahun lalu. Data pendukung kedua, yaitu proses pemberian akses sharing folder yang masih dilakukan dengan beberapa langkah dari IT Support. Hal tersebut menyebabkan jumlah rata-rata Request Sharing Folder yang masuk per bulan

sebesar 191 dengan durasi pemenuhan *request* membutuhkan 15 menit. Data pendukung ketiga yaitu *Data Availability Issues* seperti data tidak bisa diakses. Berdasarkan data tahun lalu, rata-rata *Data Availability Incident* sebanyak 61 keluhan per bulan.

Program kerja Samantha mengubah sharing folder menjadi *centralized server* yang sebelumnya *decentralized server* di setiap lokasi kerja. Dengan adanya sentralisasi folder, terdapat perubahan alur proses terutama pada saat *request* perubahan akses. Untuk menunjang program kerja tersebut, tentunya Keyie memiliki beberapa kreativitas. Pertama, *Centralized Sharing Folder* yaitu sebuah teknologi yang memungkinkan pengelolaan *hardware* maupun *software* menjadi terpusat. Untuk segi biaya, kreativitas ini juga mampu mengurangi biaya pengadaan dan *maintenance* berkala. Kreativitas kedua, *Integration Samantha & ID Governance* yaitu integrasi antara Samantha dan aplikasi ID Governance. Kreativitas tersebut memiliki keuntungan seperti pencatatan dicatat oleh sistem, permintaan persetujuan dapat dilacak dan dicek, dan setelah disetujui akses akan diberikan secara otomatis oleh sistem. Lalu, kreativitas ketiga disebut *Data Protection* atau proteksi terhadap data untuk mengurangi data *corrupt*. Mekanisme proteksi datanya yaitu *daily data snapshot on 8:00 PM*, *data snapshot retention*, dan *easy to restore data*.

Berkat ide-ide kreatif dan program kerja yang dilakukan oleh Keyie, hal tersebut tentunya membuahkan beberapa hasil. Pertama, *Cost & Expense Reduction Total* yaitu Halo BCA berhasil menghemat sebanyak 64,9%. Biaya pengadaan *hardware* dan *software* dapat ditekan menjadi 5,4 juta per bulan. Hal tersebut menunjukkan bahwa Halo BCA dapat lebih hemat 67% dari biaya sebelumnya. Lalu, untuk biaya *maintenance* berkala dapat menjadi lebih hemat 62,5% dari biaya sebelumnya yaitu 4,1 juta per bulan. Kedua,

Integration Samatha & ID Governance Benefit yaitu menghemat waktu sebanyak 100% dari sebelumnya. Terakhir, program kerja Samantha menghasilkan *Data Security & Data Availability* dimana isu sharing folder menurun hingga 12% atau 12 keluhan per bulan. Keyie tidak hanya fokus pada pekerjaan sehari-hari dan *improvement*, namun ia juga melakukan beberapa pengembangan diri. Pertama, ia mengikuti *E-Learning Cyber Security* dimana hal tersebut penting untuk seorang IT Support. Kemudian, ia juga mengikuti Training ISO 27001-2013 (*Information Security Management System*) guna meningkatkan penjagaan kerahasiaan data nasabah. Terakhir, Keyie turut mengikuti acara SAPA (Sharing Pintar dan Asik). Pada acara tersebut, ia menjadi seorang pengisi materi untuk berbagi wawasan dengan rekan mahasiswa guna memberikan gambaran dunia kerja.

Keyie memiliki beberapa pencapaian dalam *Key Performance Indicator* yang dilaporkan secara berkala. Pertama, *Response Time* atau durasi dalam merespon keluhan dari user Halo. KPI *Response Time* memiliki target yaitu kurang dari 5 menit, ia mampu menurunkan angka tersebut selama bulan Januari - Juni 2022. Kemudian, *Resolution Time* atau durasi penanganan keluhan yang targetnya kurang dari 15 menit. Namun, ia berhasil menangani keluhan dengan durasi di bawah dari target yang telah ditentukan. Lalu, untuk *Internal Customer Satisfaction Survey* berhasil ia capai sebesar 98% dari target 95%. Terakhir, *Number of maintenance PCs* yang memiliki target 200 perangkat per bulan. Namun, ia mampu melebihi target yang telah ditentukan tersebut.

Tidak lupa, Keyie memiliki beberapa motivasi pengembangan untuk meningkatkan kualitasnya sebagai insan BCA. Pertama, *Enhance more automation using Low Code*. Pada motivasi tersebut, ia ingin melakukan automasi terhadap proses-proses

## Cerita Pemenang Platinum

manual yang masih dilakukan oleh internal IT Support guna memperbaiki layanan ke user Halo BCA. Kedua, *Creating dashboard with QlickSense* atau membuat dashboard dengan QlickSense. Ia berharap dapat menyajikan laporan data real time dalam bentuk dashboard yang dapat digunakan oleh user maupun manajemen Halo BCA. Terakhir, ia juga memiliki motivasi Winning BCA Innovation Award atau menjadi pemenang dalam ajang BCA Innovation Award.

## *Diyah Kristiana*

The Best Team Leader Customer Service  
PT PLN (Persero)



## **Serba *Excellence*, Kreativitas Diyah Nggak Kaleng-Kaleng!**

**D**iyah Kristiana merupakan seorang wanita yang lahir di Purbalingga pada 19 Juni 1990. Ia berhasil menyelesaikan studi S1 Akuntansi di STIE Muhammadiyah Jakarta. Ia bergabung dengan PLN 123 sejak tahun 2011. Sebagai seorang Team Leader Customer Service, ia memiliki beberapa tugas dan tanggungjawab. Pertama, *Build Protector* yakni mengemas bawah output kerja member untuk dianalisa agar menciptakan perbaikan tanpa lelah dan tidak percuma. Kedua, *Make a Connection* dimana ia rutin berkoordinasi dengan back office serta divisi lainnya guna menjaga marwah customer experience dan satisfaction. Ketiga, *Destroy the Mindset* yaitu ia memberikan motivasi kepada anggota tim untuk merusak mindset malas bagi tim member yang bahagia di zona nyaman. Hal tersebut bertujuan agar mereka bisa selalu memperbaiki, tumbuh, dan berkembang.

Keberhasilan Diyah dalam menjalankan tugas dan tanggungjawab yang optimal didukung oleh kecakapan yang tidak perlu diragukan.

Ia memiliki beberapa kompetensi mumpuni seperti *Brainly*, *Deep Talk*, dan *Booster*. Pertama, *Brainly* yaitu ahli strategi di perang pelayanan dimana ia pintar menganalisa, mengidentifikasi sumber penyebab antar berbagai faktor masalah. Dengan itu, ia mampu merumuskan alternatif solusi yang relevan sehingga ia menjadi *decision maker* standar bintang 5. Kemudian, *Deep Talk* yaitu kecakapan untuk merumuskan dan mengkomunikasikan kebutuhan setiap member. Ia melakukan persuasif disertai dengan data dan argumen valid agar kepentingan agent terpenuhi serta membangun *relationship* bisnis yang *win-win*. Dengan demikian, tingkat mutu pelayanan dan *customer satisfaction* tercapai sempurna. Lalu, *Booster* dimana ia melakukan proses pembelajaran aktif baik secara mandiri atau berkelompok. Kemudian, menunjukkan minat yang memadai untuk mengembangkan keterampilan diri dan proaktif dalam melakukan *sharing knowledge*. Diyah cakap dalam memberikan motivasi dan membina kemampuan anggota tim menuju level kompetensi yang makin unggul.

Sebagai seorang Team Leader Customer Service, ia menjadi perintis dari 8 anggota customer service. Hal tersebut, membuat Diyah untuk terus bergerak membangun tim agar memiliki ekuivalen dan level yang sama dalam memberikan performance yang baik melalui program kerja bertajuk X-Factor. Program kerja tersebut dilatarbelakangi oleh kondisi eksentrik di PLN 123 yang disebut 3D. Pertama, *Deficiency of Service* dimana kurangnya antusias dan kewaspadaan tim baik dari hal manifestasi maupun kesiapan perangkat kerja. Hal tersebut memberikan dampak negatif pada kualitas pelayanan sehingga berdampak pada customer satisfaction dengan target 92%. Sasaran perbaikan dari program kerja ini yaitu memastikan performa tim dan menjamin tercapainya target customer satisfaction.

## Cerita Pemenang Platinum

Kemudian, *Depreciation of Knowledge* yaitu tim member yang kewalahan dalam menerjemahkan pada launching *product knowledge* hingga mencapai 10 SOP dalam sebulan. Hal tersebut berdampak penurunan pencapaian First Contact Resolution dengan target di angka 93%. Tidak hanya itu, berdampak juga pada ritme pelayanan yang semakin panjang, responsif agent pun tidak dapat dihindari. Dengan program kerja X-Factor akan membuat tim memiliki pemahaman produk bisnis yang seimbang sehingga keluhan dapat ditangani sesuai SOP perusahaan. Lalu, *Decrease in Attendance* dimana kondisi pandemi covid 19, sakit, dan kondisi darurat lainnya menjadi akar penurunan target kehadiran di angka 100%. Hal tersebut berdampak pada tidak seimbangnya *service workload* dan mengulanginya antrean. Untuk itu, ia melakukan langkah jitu melalui program kerja X-Factor ini.

Pada tahun 2021, semua target yang ditetapkan oleh PLN memiliki pencapaian yang tertatih. Hal tersebut dikarenakan terlalu banyak anomali dari performance tidak konsisten yang dihasilkan. Tentunya hal tersebut didukung oleh data masalah yang terbagi menjadi 3 parameter. Pertama, parameter Customer Satisfaction mencapai rata-rata 78.74% dari target 92%. Kemudian, pada parameter First Contact Resolution pada tahun 2021 memiliki rata-rata 87.02% dari target 93%. Lalu, parameter Attendance yang memiliki target sebesar 100% namun di tahun 2021 hanya berhasil mencapai 89.84%.

Program kerja X-Factor tentunya tercetus karena kreativitas yang baik untuk mengatasi latar belakang permasalahan di PLN 123. Oleh karena itu, Diah memiliki beberapa kreativitas yang ia lakukan. Pertama, yaitu *Key Factor is Excellence Service*. Tingginya target pencapaian Customer Satisfaction taraf bintang 5, membuat ia berfikir agar terus mengembangkan tim member.

## Cerita Pemenang Platinum

Diyah melakukan grooming performance dimana ia melakukan monitoring grooming teller dengan absensi 15 menit sebelum bekerja. Lalu, grooming environment atau perangkat kerja mulai dari tata letak hingga kenyamanan ruangan. Kemudian, grooming performance dengan upskilling yaitu mendelegasikan satu customer service terbaik di unit percontohan. Hal tersebut agar dapat menyerap budaya kerja disana yang nantinya pengalaman tersebut akan diberikan kepada customer service yang lain. Tidak hanya itu, ia juga menjadwalkan tim member setiap bulan untuk penugasan ke divisi outbound guna selalu update tentang tipe pelanggan di era ini.

Kreativitas kedua, ia beri dengan sebutan *Main Factor is Excellence Insight*. Diyah menciptakan high-class agent dengan kapabilitas maksimal. Hal tersebut agar agent dapat memberikan pelayanan yang tepat untuk pelanggan PLN 123. Untuk itu, ia mengadakan blended brainstorming class sebanyak satu kali dalam seminggu guna membahas case upnormal secara berkelompok. Kemudian, ia melakukan peer teaching method yakni teknik melatih satu orang member secara bergantian untuk menyiapkan materi dan fasilitator. Lalu, anggota lainnya membuat sinopsis SOP yang dipaparkan dan diakhiri dengan quiz. Hal ini bertujuan untuk mempertajam pemahaman serta kemampuan menjalankan sebuah ketentuan bisnis.

Terakhir, kreativitas ketiga yang ia sebut dengan Major Factor is Excellence Idol. Pada kreativitas ini, ia melakukan patroli weekend dengan tingkat kehadiran kurang dari 100% terhadap pending case. Anggota tim wajib hadir dua kali di jadwal libur untuk menyelesaikan kasus yang belum selesai sehingga produktivitas tetap di atas standar. Kemudian, reward berupa token listrik sebesar 100 ribu rupiah diberikan kepada member dengan



pencapaian kehadiran 100% dalam 3 bulan berturut-turut.

Berkat usaha dan kreativitas yang telah ia lakukan pada program kerja tersebut, memberikan hasil yang baik. Oleh karena itu, Diyah mendapatkan hasil luar biasa di tahun 2022. Pertama, kenaikan pada parameter Customer Satisfaction sebesar 92.40%. Kemudian, pada parameter First Contact Resolution di tahun 2022 turut mengalami kenaikan yang sebelumnya berada di 87.02% menjadi 94.82%. Terakhir, pada parameter Attendance berhasil mencapai target yaitu sebesar 100% dari yang sebelumnya 89.84%.

Diyah turut melakukan pengembangan diri agar dapat mengoptimalkan tugas dan tanggung jawab sebagai Team Leader Customer Service. Pertama, ia mengikuti training leadership yang diadakan setiap 3 bulan sekali. Hal tersebut mampu meningkatkan kualitasnya dalam membimbing anggota tim. Kemudian, ia menimba ilmu pengetahuan dengan target eksklusif yaitu membaca satu buku dalam satu pekan. Setelah itu, ia mengimplementasikannya ke dalam pelaksanaan tugas dan tanggungjawab. Lalu, ia melakukan Under School dimana ia berpartisipasi sebagai pengajar dan bercengkrama dengan para anak-anak. Hal tersebut dapat mengasah empati serta mengetahui pemahaman dari keinginan yang berbeda. Kemudian, ia implementasikan dalam menangani kebutuhan tim member dan pelanggan.

Diyah tentunya juga memiliki beberapa pencapaian dalam KPI sebagai Team Leader Customer Service di tahun 2022. Pada parameter *First Contact Resolution*, Diyah berhasil mencapai target yang ditentukan pada setiap bulannya. Kemudian, *Product Knowledge* selalu berhasil ia capai sebesar 100%. Lalu, pada

## Cerita Pemenang Platinum

parameter Adherence juga berhasil ia capai sebanyak 100%. Terakhir, parameter *Customer Satisfaction* selalu tercapai konsisten tiap bulannya dengan target sebesar 92%.

Untuk meningkatkan prestasi, ia memiliki beberapa motivasi pengembangan. Pertama, *Personal Image Training* yaitu ingin mengikuti training *personal image* dengan pakar dibidangnya. Kemudian, *Essence of Soul* dimana ia ingin mengadakan grooming class dengan MUA agar customer service tidak hanya cantik di luar namun juga cantik di dalam. Terakhir, ia ingin menjadi pelopor pada ajang kompetisi tahunan *The Best Ambassador Service Award* antar kantor cabang. Hal tersebut dapat memberikan atmosfer yang berbeda sehingga motivasi tim member terbentuk dan performa tetap terjaga secara konsisten.

*Puspa Arini*

The Best Quality Assurance  
PT Bank Central Asia, Tbk



## Solusi Atas Kegelisahan dan Pencapaian Kualitas Seorang Quality Assurance

**E**nrico Piaggio dari Italia menciptakan inovasi baru di bidang transportasi melalui intuisi dan intelektualnya. Transportasi tersebut dikenal dengan sebutan vespa, sebuah produk unik dan disukai semua kalangan. Hal tersebut memotivasi Puspa untuk membuat pembaharuan unik dan disukai oleh semua kalangan. Wanita yang lahir di Jakarta ini menjalani pendidikan terakhirnya di STP Sahid Sudirman jurusan Manajemen Perhotelan. Pada tahun 2015, ia mulai bergabung di Halo BCA. Baginya, mencintai pekerjaan merupakan kunci sukses dalam menjalani suatu pekerjaan. Salah satunya yaitu mencintai lingkungan pekerjaannya serta tanggung jawabnya.

Sebagai Quality Assurance, ia memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab diantaranya yaitu *Quality Assessment*, *Monitoring*, dan *Coaching*. Pertama, *Quality Assessment* yaitu ia melakukan penilaian yang tepat dan transparansi. Penilaian tersebut akan diserahkan kepada tim operasional sebagai tolak ukur terhadap agent

yang belum optimal. Kemudian, *Monitoring* atau proses pemantauan terhadap informasi yang diperoleh oleh nasabah juga ia lakukan. Tidak hanya itu, Puspa memiliki tanggung jawab *Coaching* atau melakukan pelatihan terhadap agent.

Baginya, kompetensi menjadi sebuah hal yang harus dimiliki oleh seorang Quality Assurance. Kompetensi pertama yang ia miliki yakni *Analytical Thinking*, kemampuan untuk menganalisa permasalahan dengan baik. Puspa mampu memahami permasalahan dari berbagai sisi, baik dari sisi agent dan nasabah. Kemudian, *Complex Problem Solving* dimana ia mampu mengatasi permasalahan dengan baik secara mandiri. Tidak hanya pada permasalahan yang terjadi saat ini namun juga resiko masalah yang akan terjadi kedepannya. Selain itu, *Communication Skill* atau kemampuan berkomunikasi dengan baik pun Puspa miliki. Komunikasi tersebut ia butuhkan saat melakukan coaching dan proses kalibrasi. Ia memiliki komunikasi yang membangun, terarah, dan dengan pengaturan pola emosi.

Seperti halnya pembaharuan yang telah Puspa sebutkan di awal, pembaharuan datang tidak dengan sendirinya. Pembaharuan yang ia lakukan disebut dengan Bestie, sebuah istilah yang sering didengarkan saat ini. Bestie memiliki arti sahabat dekat, karib serta sahabat yang mampu mengarahkan dan memotivasi. Bagi Puspa, Bestie diciptakan untuk menghilangkan stereotip negatif agent terhadap Quality Assurance dan menumbuhkan stereotip positif agent. Hal ini diciptakan agar agent para agent menganggap bahwa Quality Assurance merupakan bestie dari para agent. Agent dan Quality Assurance memiliki keterikatan dan keterkaitan untuk mencapai andil yang besar bagi perusahaan.

## Cerita Pemenang Platinum

Pembaharuan ini tidak dilakukan oleh Puspa tanpa alasan, ada beberapa latar belakang yang ia perhatikan dan hal tersebut perlu ditingkatkan. Bentuk perhatian pertama yaitu ketidaksesuaian informasi. Tidak hanya informasi tidak sesuai yang disampaikan oleh agent, tetapi juga ketidaksesuaian pada proses pencatatan yang dilakukan oleh agent. Proses pencatatan yang dilakukan oleh agent ketika nasabah menghubungi dibutuhkan untuk laporan kepada pihak Bank Indonesia serta internal BCA. Latar belakang yang kedua yaitu nilai kualitas agent yang tidak tercapai. Perusahaan hebat merupakan perusahaan yang menetapkan standar tinggi dan selalu berusaha mencapai standar tersebut. Di BCA, ditetapkan standar 88% untuk agent reguler yang terdiri dari 18 parameter penilaian Quality Assurance. Tidak hanya penilaian standar percakapan online, tetapi juga proses interaksi agent hingga pemberian solusi yang disampaikan agent kepada nasabah. Hal tersebut tidak lepas oleh penilaian dari Quality Assurance.

Kemudian, bentuk perhatian terakhir yaitu ketidaksesuaian standar percakapan online. Pada standar percakapan online, BCA memiliki salam penutup dengan makna yang dalam sesuai dengan tagline BCA. Dimana pada salam penutup terdiri pesan dengan makna yakni keinginan untuk membantu nasabah, apresiasi, serta sapaan inten agar nasabah nyaman menghubungi Halo BCA. Latar belakang yang Puspa jadikan sebagai bentuk perhatian dari pembaharuan Bestie tersebut didukung oleh data dari tahun 2021. Untuk ketidaksesuaian informasi terdapat rata-rata 2.9%. Kemudian, nilai kualitas agent yang tidak sesuai rata-rata 11%. Lalu, untuk ketidaksesuaian naskah percakapan standard mencapai rata-rata 20% dari bulan Januari hingga Desember 2021.

Pembaharuan yang ia lakukan tentunya tidak selalu berjalan mulus namun terdapat banyak hambatan dan rintangan. Pada

pembaharuan tersebut, ia melakukan beberapa kreativitas seperti Bilik Bestie (memberikan feedback), Smart Question, dan Smart Online Module. Pertama, Bilik Bestie digunakan untuk menemukan alasan-alasan gamblang yang dikemukakan oleh agent. Hal tersebut dilakukan agar Quality Assurance mengetahui akar permasalahan dari agent tersebut. 3 bentuk perhatian yang ia sebutkan sebelumnya dalam latar belakang ia jadikan sebagai komponen. Beberapa komponen tersebut memiliki persimpangan atau irisan yang dikategorikan menjadi tiga zona, yaitu zona hijau, zona kuning, dan zona merah. Zona hijau adalah agent yang memiliki satu komponen. Untuk zona kuning adalah agent yang memiliki dua komponen, sedangkan zona merah merupakan agent yang memiliki tiga komponen tersebut. Data agent di zona merah tersebut akan ia serahkan kepada pihak operasional untuk ditindak lebih lanjut. Sedangkan agent di zona kuning ini menjadi daftar peserta bilik bestie.

Bilik bestie dihadirkan dalam dua sesi, pertama yakni pembahasan tentang ketidaksesuaian yang sering turun disertai kiat-kiat online yang baik. Sesi kedua yaitu sesi curhat dong bestie, sesi inten antara Quality Assurance dan agent agar mengetahui alasan yang dikemukakan oleh agent. Dengan itu, Quality Assurance dapat melakukan mapping terhadap proses perbaikan agent selanjutnya. Kemudian, ia memiliki kreativitas Smart Question yakni sebuah list atau daftar pertanyaan yang sering dikemukakan oleh nasabah. Tidak hanya itu, ia juga menyertakan jawaban-jawaban yang sesuai. Terakhir, Puspa dan tim memiliki kreativitas Smart Online Module yaitu modul pembelajaran yang berisi product knowledge serta penanganan case khusus. Hal tersebut bertujuan agar agent tidak hanya belajar namun mampu memahami penanganan case yang sering ditanyakan nasabah.

## Cerita Pemenang Platinum

Pelaksanaan program kerja yang matang tentunya memberikan hasil yang baik. Dari pelaksanaan program kerja tersebut, Puspa mendapatkan hasil yang sangat memuaskan pada tahun 2022. Pertama, ketidaksesuaian informasi menurun signifikan pada 1.5% yang sebelumnya 2.9%. Kemudian, nilai agent yang tidak tercapai sebelumnya berada di angka 11% menjadi 6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa populasi agent tidak capai 6% untuk nilai agent yang tidak tercapai. Lalu, standar percakapan agent yang tidak sesuai juga memiliki hasil yang signifikan yang sebelumnya 20% menurun menjadi 4%.

Setiap manusia memiliki kompetensi dan kemampuannya, pengembangan diri dibutuhkan untuk menggali potensi dan kemampuan. Tentunya, Puspa melakukan beberapa bentuk pengembangan diri. Pertama, ia menjadi bagian dari komunitas kegiatan cinta baca buku QA. Kedua, ia juga mengikuti ajang bergengsi di BCA yaitu The Best Presenter 2022 dimana Puspa berhasil menjadi juara ketiga. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan ilmu komunikasi yang ia perlukan. Ketiga, Puspa turut aktif menjadi penulis novel *online* guna menggali penggunaan bahasa yang mudah dipahami saat penulisan.

Tidakhanya itu, Puspa juga telah mewujudkan beberapa pencapaian target yang telah ditentukan oleh perusahaan. Pertama, pada KPI Sample yang ia miliki mencapai 100% sesuai target di periode Januari - Juni 2022. Kedua yaitu Akurasi Temuan yang berhasil ia capai di angka 100% sesuai dengan target yang ditentukan. Ketiga yakni Monitoring Temuan Harian berhasil ia capai sesuai target yang telah ditentukan pada angka 100%. Terakhir, untuk Saran Improvement dari target yang telah ditetapkan yaitu 3 setiap bulannya berhasil ia capai dengan rata-rata 4.

## Cerita Pemenang Platinum

Baginya, mengetahui dengan jelas arah dan tujuan kedepannya menjadi kebahagiaan untuk diri sendiri. Untuk itu, Puspa memiliki beberapa motivasi pengembangan diri. Pertama, ia ingin ikut serta dalam ajang bergengsi seperti Contact Center World. Hal tersebut bertujuan untuk membuktikan dirinya bisa menghadapi rintangan yang lebih berat. Kemudian, ia bercita-cita untuk menjadi team internal audit BCA. Selain itu, menjadi sumber inspirasi dalam kebaikan, karya dan prestasi menjadi harapan ia kedepannya. Oleh karena itu, Puspa juga ingin menjadi Role Model Halo BCA.



## Sofia Ningrum

Best of the Best Inbound Specialist  
Ditjen Perbendaharaan -  
Kementerian Keuangan



## Melayani Pelanggan dengan Sepenuh Hati Melalui GIGANTIC LOVE

Pasti Anda tahu kan Princess Sofia? *Yup*, dia adalah seorang gadis kecil yang sangat ramah, pintar, serta cantik dan mencintai orang-orang di sekitarnya. Sofia pun menganggap bahwa Princess Sofia ini merupakan kembarannya yang berada di universe lain. Wanita kelahiran Jember pada 1997 silam ini merupakan peraih The Gold Awarded Agent di HAI DJPb dan berhasil menyelesaikan pendidikannya di STAN dengan nilai sempurna.

Memiliki otak secerdas Einstein tidaklah cukup. Menurut Sofia, kita juga harus memiliki hati, seperti Princess Sofia yang ingin membuat orang di sekitarnya selalu merasa spesial. Begitu juga dengan Sofia, ia pun ingin menciptakan semangat yang bergelora dalam memberikan sebuah cinta. Ia memilih untuk memberikan semangat cinta membara, serta tulus dan murni yang disebut *Gigantic Love*.

Mengawali karier pada Januari 2021, tentu tidaklah mudah

baginya untuk berada di posisi saat ini. Ia harus bersaing dengan 10.000 pekerja lainnya dari seluruh Indonesia dan hanya 10 orang terpilih saja yang bisa bekerja di HAI DJPb. “*From the announcement that I was hired, I’m more than ready to give my very best for my customer and for my organization,*” ucap Sofia.

Layaknya seperti kisah percintaan yang bahagia, dengan memberikan yang terbaik, selalu bersikap jujur, dan melakukan sesuatu secara *extra miles* merupakan kunci dari membangun sebuah hubungan yang murni. Ketiga kunci tersebut pun akhirnya ia terapkan dalam tugas sehari-harinya sebagai Agent English di HAI DJPb. Pertama, yaitu memberikan pelayanan yang terbaik melalui telepon, serta menangani eskalasi laporan supaya tidak melewati batas SLA yang telah ditentukan. Kedua, yaitu selalu berkata jujur dengan memberikan informasi terpercaya (valid) karena *a true Princess* harus bisa diandalkan. Selain itu, setiap kata yang diucapkan akan menunjukkan reputasi dari perusahaannya.

Selanjutnya, yaitu mencatat seluruh kegiatan pelayanan yang sudah dilaksanakan dan mengirimkan laporannya melalui email. Dengan demikian, maka hal tersebut dapat dijadikan bukti bahwa pelanggan telah selesai menggunakan layanan tersebut dan menjadikan pelayanan lebih *memorable*. Terakhir, selalu memberikan pelayanan yang *extra miles* dengan melakukan tugas tambahan, yaitu menjadi HAI Supreme MC di berbagai acara besar yang diadakan di seluruh Indonesia.

Untuk membuktikan kemurnian dan Gigantic Love yang diberikan, Sofia telah melengkapi dirinya dengan beberapa kompetensi. Pertama, yaitu menjadi Certified Public Speaker. Dengan ini, ia telah memenuhi standar yang mana membuat dirinya lebih percaya diri, serta menciptakan kepercayaan pelanggan sehingga mereka

tidak khawatir jika berbicara dengan Sofia (*well-trained agent*). Lalu, *Sharp Brain*, yakni kemampuan cepat tanggap. Dengan demikian, ia mampu menangkap informasi secara cepat dan membuatnya menjadi agent yang paling produktif di HAI DJPb. Layaknya sebuah berlian yang selalu bersinar indah walaupun berada di bawah tekanan, Sofia juga berkemampuan sebagai *Diamond Worker*. Dalam hal ini, ia mampu bekerja dengan baik walaupun berada di bawah tekanan atau *workload* yang padat karena ia merupakan wanita tangguh dan pekerja keras.

Selanjutnya, yakni *Affinity* atau *attitude* dalam bekerja. Ia ingin menempatkan dirinya sebagai pelanggan sehingga Sofia dapat memberikan pelayanan yang terbaik dengan *extra miles*. Terakhir, ia berjanji kepada dirinya sendiri untuk selalu disiplin atau *Strict to Schedule*. Karena baginya, disiplin merupakan hal mendasar yang biasa dilakukan untuk menghargai pelanggan dan perusahaan tempat ia bekerja.

Beberapa hari sebelum acara lamaran yang akan diadakan oleh Sofia, ia mendapatkan sebuah berita buruk dari calon suaminya. Pada hari itu, sang Ibunda dari pasangannya menghubungi Sofia dan menginformasikan bahwa anaknya mengalami kecelakaan parah di Kalimantan dan harus segera dilakukan operasi. Dikarenakan kondisi COVID-19 saat itu, membuat Sofia tidak mungkin untuk mengunjungi pasangannya tersebut. Anda pasti bisa bayangkan bukan betapa hancurnya Sofia saat mendengar berita tersebut.

Ia meminta izin sebentar untuk beristirahat dan pada saat itu juga Sofia menangis dan mengatakan pada dirinya bahwa itu hanyalah mimpi buruk. Namun, ia mengingat sebuah kalimat yang mengatakan bahwa siapapun yang membantu kesulitan orang lain, maka

Allah akan memudahkan segalanya. Akhirnya, Sofia menerima bahwa tidak mengapa jika ia sedang tidak baik-baik saja. Kemudian ia kembali ke ruangnya, menguatkan diri, dan berpikir positif bahwa operasi pasangannya pasti akan berjalan lancar.

Tidak lama dari kejadian itu, Sofia menerima telepon dari Bapak Ryan yang menanyakan terkait cara mengunduh BPN pada salah satu aplikasi perbankan miliknya. Bapak Ryan mengatakan bahwa ia telah menghubungi pihak bank sebanyak dua kali, namun ia tetap bingung dan tidak bisa mengunduh BPN tersebut. Lalu, ia menghubungi Sofia berharap dapat menemukan cara yang mudah untuk mengunduh *file* tersebut. Bermodalkan informasi dari panduan yang ada pada laman website bank tersebut, secara singkat Sofia dapat membimbing Bapak Ryan sampai berhasil mengunduhnya.

Layaknya seorang Princess yang mampu menolong orang lain walaupun tengah berada di hari terburuknya, Sofia pun juga demikian. Ia berhasil melayani permasalahan Bapak Ryan di tengah kesedihan yang ia rasakan dengan sebuah kreativitas yang ia namakan DEAR-LING. Yang paling pertama dan berharga menurutnya, yaitu *Dedication*. Sebuah dedikasi dapat menunjukkan komitmen, loyalitas, serta kesediaan Sofia dalam membantu tanpa peduli seberapa sulit permintaannya. Ia juga memiliki tiga pendengaran, yakni satu di telinga kiri, satu pada telinga kanan, dan juga hati yang dapat mampu merasakan apa yang dialami oleh pelanggan dengan *Empathy*. Dengan ini, maka Sofia dapat membantu dan memberikan pelayanan yang luar biasa kepada para pelanggannya.

Ketiga, yaitu menjadi peka atau *Awareness* terhadap seluruh masalah pelanggan sehingga ia bisa tetap fokus mencari jalan

keluarnya sekaligus berpikir kritis dan responsif dalam menanganinya. Ia juga selalu mendengarkan dengan baik detail dari setiap kejadian dan permasalahan pelanggan atau *Non-Defensive Listening*. Dengan ini, maka pelanggan akan lebih *enjoy* menceritakan permasalahannya tanpa rasa takut dan Sofia pun mampu memberikan solusi terbaik atas hal tersebut. Mungkin menyampaikan informasi saja sudah cukup, namun bagi Sofia untuk mencapai FCR yang sebenarnya, ia harus melakukan lebih dari standar yang ada atau biasa disebut totalitas atau *Totality*.

Berkat kreativitas tersebut, permasalahan Bapak Ryan pun teratasi. Bapak Ryan juga sangat senang terhadap pelayanan yang diberikan bahkan mendoakan yang terbaik untuk Sofia. Hal ini tentu membawa manfaat bagi Bapak Ryan, HAI DJPb, dan juga untuk dirinya sendiri. Melihat kegembiraan yang disampaikan oleh Bapak Ryan, membuat hati Sofia tersentuh dan seketika membuatnya lupa akan kesedihan yang tengah ia alami sebelumnya.

Pada hari itu, ia belajar bahwa walaupun keadaannya sedang tidak baik-baik saja, namun Sofia mampu memberikan pelayanan yang terbaik dengan GIGANTIC LOVE dan dedikasi tinggi untuk pelanggan. Ia juga menyampaikan bahwa hal ini seperti ujian yang Tuhan berikan kepadanya, *“About how I react during my darkest time. Would I be drowned by sadness? Or could I rise up?”* ucap Sofia. Yup, namun Sofia memilih untuk bangkit dan tersenyum. *“Remember, don’t put sadness on your face. Keep smiling, because it could brighten someone else’s day,”* tambahnya.

Sebagai manusia, kita pasti menginginkan untuk terus menjadi versi terbaik dari diri kita. Inilah yang selalu Sofia lakukan setiap hari, yakni ia terus berusaha untuk bersinar sebagai bentuk usaha

untuk membuat para pelanggannya takjub. Yang ia lakukan, yaitu mengikuti pelatihan sertifikasi public speaking guna mengasah kemampuan komunikasinya dan melebarkan sayapnya menjadi *freelance* MC yang profesional. Dengan ini juga ia berharap mampu mengembangkan hubungannya kepada orang luar dan menambah pengalaman.

Selanjutnya, ia juga meningkatkan kemampuannya untuk berbicara secara nonverbal dengan mengikuti kelas Jurnalistik, serta menjadi seorang kontributor penulis di beberapa media massa. Menurutnya, menulis dapat membuat Sofia tetap *up to date* dengan informasi terkini, serta mengajarkannya membuat konten yang lebih kompleks sehingga dapat menyampaikan informasi lebih efisien dan efektif.

Tak hanya itu saja, ia juga mengikuti program latihan militer untuk meningkatkan pembentukan karakter pada dirinya. Tentunya, pelatihan ini sangat cocok untuk seorang agent sepertinya karena ada beberapa aspek penting yang dapat diambil, seperti disiplin, percaya diri, taat terhadap aturan, serta melatihnya untuk memiliki mental yang kuat sehingga siap menghadapi berbagai karakter pelanggan. Terakhir, ia menebarkan kebaikan dengan aktif di beberapa kegiatan sosial. Hal ini tentu dapat melatih Sofia supaya lebih peka terhadap masalah pelanggan dan juga memberikan dampak baik untuk semua orang.

Setiap pekerjaan pasti merupakan gambaran dari diri yang melakukannya. Untuk itu, Sofia dengan bangga menunjukkan hasil kerjanya pada beberapa KPI, yaitu Resolved Call Contribution. Pada parameter ini, team leadernya menetapkan target di angka 25%, namun Sofia mampu melampauinya dengan pencapaian 30,1% answers call. Selanjutnya ia juga meraih lebih dari 90%

feedback positif pada parameter Customer Satisfaction, tepatnya di angka 92,60%. Ia juga mendapatkan nilai sempurna selama 6 bulan berturut-turut pada parameter Attendance Statistic. Sofia juga dinobatkan sebagai MC terproduktif di HAI DJPb dilihat dari angka Hosted Events Statistic yang terealisasi di angka 100%.

Sofia juga tentunya memiliki beberapa motivasi supaya terus menjadi agent yang lebih baik dari hari ke hari. Pertama, yaitu a Challenging KPI. Hal ini dapat menyemangati dirinya setiap harinya karena ia jadi memiliki sesuatu yang harus diperjuangkan. *“When HAI set my target for 8, I set my target for 10,”* ucap Sofia. Kedua tidak lain tidak bukan, yakni peluang karier yang cemerlang di HAI DJPb. Dengan ini, ia terus mengimprove dirinya setiap hari dengan mengimplementasikan formula, *“Success = Privilege + Opportunity - Gratitude”* untuk menuju masa depan yang cerah.

Terakhir, menyebarkan cinta ke semua orang. Menurut ajaran agamanya, ia selalu diberitahu bahwa kita harus mencintai apapun yang ada di bumi ini, *“And this universe will hand in hand to love you too,”* ungkapnya. Cinta adalah sesuatu yang dapat membuat Sofia bangkit. Dengan kekuatan cinta, ia mampu bangkit lebih kuat untuk membuat customer bahagia, perusahaan merasa bangga, serta hubungannya dengan pasangannya semakin bersinar terang.

## *Indira Reta Adinda*

The Best Agent English Publik  
KLIP Ditjen Pajak - Kementerian Keuangan



## **Menguasai dan Menyampaikan 16.000+ Regulasi Pajak dalam Bahasa Inggris dengan MARS**

**T**ahukah bahwa bintang pemberi cahaya adalah matahari? Hal ini sungguh luar biasa karena matahari mampu memberikan kita cahaya, panas, dan energi. Menjadi seorang agent di Kring Pajak tidak membuat perempuan kelahiran 1996 ini memiliki kekuatan yang luar biasa seperti matahari. Namun, informasi perpajakan yang disampaikan kepada wajib pajak lambat laun dapat membangun bangsa Indonesia tercinta, memberikan kehidupan yang lebih baik, dan menjadikan Indira sebuah *Mini Sun*.

Indira bekerja bersama para agent luar biasa di Kring Pajak sejak tahun 2019, untuk membantu wajib pajak di seluruh negeri. Tak hanya itu, sebagai agent tentu ia memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab lainnya, seperti menyediakan informasi tentang peraturan perpajakan kepada pelanggan yang disebut wajib pajak.



Ia juga memandu para wajib pajak terkait penggunaan aplikasi pajak, serta mengeskalisasi permasalahan rumit yang tidak dapat diselesaikan ke unit yang bersangkutan.

Untuk mendukung pelayanan yang terbaik, maka Indira dibantu dengan tiga kemampuan mendasar yang ia miliki, di antaranya pengetahuan pajak, kemampuan komunikasi yang baik, dan *melek* terhadap teknologi. Ketiga kemampuan dasar tersebut tentu tidaklah cukup. Maka, Indira juga memiliki tiga kemampuan khusus yang membuatnya mampu menjadi agent yang berprestasi. Pertama, ia mampu menyerap dan mengasimilasi peraturan baru dengan cepat. Hal tersebut tentu membantunya menjelaskan bahkan peraturan yang kompleks sekalipun dengan cara yang paling sederhana dan mudah dipahami para wajib pajak.

Kedua, Indira juga memiliki keterampilan interpersonal yang sangat baik. Dengan demikian, ia mampu menghadapi berbagai jenis pelanggan dan berkomunikasi secara efektif sehingga dapat menghasilkan jawaban yang lebih mudah dipahami. Dan yang ketiga, ia juga sangat fleksibel dan mampu beradaptasi dengan perubahan atau kondisi yang ada. Indira dapat mencari cara untuk mengatasi hambatan yang tidak terduga, serta menyesuaikannya dengan kebutuhan dan keinginan para wajib pajak.

Bagi orang yang sering bepergian ke luar negeri, pasti kebanyakan dari mereka tahu tentang VAT Refund atau pengembalian PPN. Namun, terjadi beberapa perubahan dalam peraturan pajak ini pada tahun 2019. Dikarenakan perubahan ini, Indira pun akhirnya mendapatkan telepon dari Mr John terkait hal ini. Dengan nada yang tergesa-gesa, berbicara sangat cepat, dan panik, Mr John menjelaskan bahwa ia baru ingat ada pengembalian pajak yang

harus diajukan, namun salah satu dokumennya tertinggal. Mr John pun tidak tahu banyak tentang cara kerja sistem pengembalian pajak dan di mana mendapatkannya.

Dikarenakan 16.000 peraturan pajak yang diterbitkan hanya ada tiga konstitusi dan perjanjian pajak yang tersedia dalam Bahasa Inggris, maka Indira menggunakan kreativitas pertama yang dinamakan MARS, yaitu *Monitor, Absorb, Rewrite, dan Save*. MARS merupakan hasil dari rutinitas harian yang Indira lakukan dengan *Monitoring* atau memantau peraturan mana yang paling sering ditanyakan oleh wajib pajak. Selanjutnya, ia membuat kamusnya sendiri, yang berisi tentang rangkuman dan FAQ dengan *Absorb* atau menyerap informasi dalam peraturan tersebut. Ia juga *Rewrite* atau menulis ulang poin utamanya dalam Bahasa Inggris dan ia *Save* atau simpan di Google Drive. Jadi, jika ada pelanggan yang menanyakan regulasi terbaru yang tidak tersedia dalam Bahasa Inggris, maka ia dapat dengan mudah menggunakan MARS kapanpun dan dimanapun ia butuhkan.

Mr John tentu sudah panik dan gelisah, sesuai dengan penelitian Harvard terkait, "*A Person's Anxiety Can Be Contagious,*" yang berarti hal tersebut tersebut bisa sangat berpengaruh langsung pada emosi kita. Maka dari itu, Indira harus mampu menjaga perasaannya, baik untuk dirinya sendiri maupun untuk pelanggan. Indira pun mencoba menjadi VENUS. Venus merupakan planet yang berputar sangat lambat pada rotasinya dan untuk menjadi Venus ia harus memperlambat rotasi dirinya. Ketika Mr John menyampaikan kendala dengan cepat, maka Indira harus tetap tenang dengan mengulang kembali serta merangkum permasalahan yang disampaikan oleh Mr John, dengan memperlambat intonasi bicaranya. Dengan ini, maka Mr John merasa dihargai dan memberikan waktu untuk beliau menenangkan diri supaya siap

dalam menerima informasi yang akan disampaikan oleh Indira.

Kreativitas yang terakhir, yaitu *The Supernova Explosion*. Pada kreativitas ini, ia menyarankan Mr John untuk melakukan pengembalian pajak menggunakan sebuah link. Indira pun memandu Mr John secara singkat, padat, dan jelas untuk melakukan pengajuan pengembalian *refund* terbentuk dan beliau pun bisa langsung mengirimkannya dengan melampirkan beberapa dokumen yang diperlukan. Jadi, Mr John bisa melanjutkan perjalanannya menuju bandara dan melakukan klaim pengembalian pajak selama perjalanan tersebut.

Berkat keberhasilan Indira dalam menangani pengalamannya tersebut, Mr John memberikan apresiasi atas kepuasan yang beliau dapatkan melalui sebuah cuitan di Twitter. Dengan menyebutkan nama Indira, Mr John berterima kasih karena kendalanya sudah ditangani dengan baik.

Tantangan yang berhasil Indira hadapi dengan menggunakan kreativitas yang dimiliki membuat Indira terus meningkatkan kinerjanya. Ia selalu meluangkan waktu untuk memperbaiki diri dan *up to date* terhadap peraturan perpajakan dengan mengikuti *in house training* yang diadakan di tempat ia bekerja. Ia juga menjaga kebugaran fisik dengan mengikuti kelas Zumba. Dengan mengikuti kegiatan tersebut, Indira tubuhnya menjadi lebih bugar sekaligus *moodnya* jadi meningkat. Tak hanya itu saja, ia mampu menyelesaikan empat buku dalam sebulan. Dengan membaca banyak buku psikologi, memungkinkan dirinya untuk menilai, mengevaluasi, dan memberikan solusi terhadap semua situasi emosional yang tidak diinginkan dengan lebih baik.

Dampak luar biasa pun telah Indira rasakan ketika menerapkan kreativitasnya dalam bekerja. Beberapa indikator kinerja atau KPI yang berhasil ia capai dalam enam bulan terakhir, antara lain pada parameter kehadiran, ia mampu mendapatkan angka sempurna, yaitu 100%, begitu juga pada parameter Quality Index. Lalu, rata-rata Average Handling Time yang diraih oleh Indira dalam satu kali *call* hanya menghabiskan waktu 7 menit saja.

Ada sesuatu yang harus Indira capai dalam meningkatkan kinerja dan kontribusinya untuk contact center di masa mendatang. Untuk itu, ia melanjutkan pendidikan tingkat Master atau S2 karena ia percaya, memiliki gelar master akan membantunya mendapatkan pengetahuan khusus di bidangnya sehingga meningkatkan peluang untuk berkontribusi lebih pada institusi dan negara. Selain itu, Indira juga ingin mengikuti pelatihan khusus di Kantor Perpajakan Australia. Dengan ini maka ia dapat membawa program baru untuk perbaikan di contact center di tempat ia bekerja.

Sama halnya seperti bintang kecil yang mulai mati di langit kita, bintang tersebut tetap bersinar karena masih menyisakan residu walaupun tidak menghasilkan energi apapun. Semua kontribusi Indira untuk negara saat ini layaknya bintang kecil tersebut, tetap bersinar meskipun harus dilihat dari sebuah sedotan kecil. *“However, when that small star collapses, I am sure my contribution will still remain like the faint glow of a Death Star for a long time,”* ucap Indira.

*Muhammad  
Khilman Syah*

The Best Agent Digital Email  
Bank Central Asia, Tbk



## Menuntaskan Kasus Penipuan Melalui Kreativitas DIGITAL

Jika melihat sebuah gambar dengan tulisan yang sangat banyak, tidak beraturan, dan tidak berkesan, tentunya pembaca tidak akan bisa menikmatinya. Beda halnya dengan gambar yang memiliki tulisan yang beraturan dan berkesan, pasti akan mudah dibaca. Hal ini sama dengan pekerjaan Khilman yang lahir di kota Pekalongan ini. Ia aktif bekerja sebagai seorang Agent Whatsapp di Halo BCA site Semarang, dimana ia bisa merangkai sebuah kata menjadi informasi yang tersampaikan dengan sangat indah dan berkesan bagi nasabah. Selain itu, Pria lulusan S1 Teknik Informatika ini berpegang teguh terhadap motto, *“Menjadi insan yang berbudi pekerti dan tidak hanya bermanfaat untuk diri sendiri.”* Bergabung dengan Halo BCA di tahun 2021, ia memiliki tugas dan tanggung jawab, di antaranya memberikan informasi dan edukasi, memenuhi permintaan nasabah, serta menyelesaikan masalah.

Dari tugas dan tanggung jawab tersebut, Khilman dapat dijalankan secara optimal dan hasil yang maksimal jika didukung dengan

ketiga kompetensi yang ada pada dirinya yang disebut SIP. Pertama, Sopan Santun dalam Berkomunikasi yaitu dengan adanya tata bahasa dan komunikasi dengan nasabah yang dimiliki, maka ia mampu memenuhi permintaan secara komunikatif dan pelayanan yang memuaskan. Lalu, Inovasi dalam Pemecahan Masalah. Dengan inovasi yang dimiliki, ia pun mampu menyelesaikan semua masalah. Selanjutnya, Pengetahuan Produk dan Prosedur. Dengan kompetensi ini, Khilman mampu memberikan informasi, solusi bahkan edukasi secara cepat, tepat, dan akurat.

Selanjutnya, Khilman pun memiliki sebuah pengalaman pelanggan yang ia beri judul Plagiasi Bukan Akun Resmi. Dari pengalaman pelanggan, Khilman pernah mendapatkan seorang nasabah yang mengirimkan data pribadi seperti nomor OTP dan nomor kartu ATM dengan cara mengisi link pada *fake account* Whatsapp tersebut. Khilman pun langsung memberikan empati dan menawarkan proses pengamanan. Ketika ia sedang membantu menyelesaikan permasalahan, nasabah tidak merespon kembali. Kemudian, jika dalam waktu dua menit tidak ada respon, maka Khilman akan melakukan *maintenance* dan menunggu respon nasabah. Namun, apabila dalam dua menit kemudian nasabah tidak ada respon, maka ia akan mengakhiri chat tersebut.

Berdasarkan kasus tersebut dimana nasabah telah memberikan data-data pribadinya, ia tidak mengakhiri chat tersebut. Sebagai Agent Whatsapp, Khilman pun menciptakan beberapa kreativitas untuk menghadapi kasus atau keluhan dari nasabah dan ia berikan nama “DIGITAL”, yang merupakan singkatan dari Data Investigasi, Gerakan Ide dan Tanggap Amankan Laporkan. Hal pertama yang dilakukan oleh Khilman, yaitu Data Investigasi. Dengan data bukti chat akun palsu dan data nomor nasabah, ia mencari data secara lengkap melalui aplikasi CRM. Data nomor tersebut terhubung

dengan data perbankan nasabah sehingga ia bisa melakukan investigasi lebih lanjut. Lalu, yang kedua, yaitu Gerakan Ide. Khilman bersama team leader melakukan eskalasi serta konfirmasi dan meminta izin untuk melakukan proses pengamanan secara mandiri. Setelah itu, ia melakukan *callback* kepada nasabah. Selanjutnya, yang ketiga, yakni Tanggap Amankan Laporkan. Dalam hal ini, ia harus mampu tanggap dalam melakukan *check* kembali pada semua fasilitas elektronik channel dan mengamankan semua fasilitas dengan aplikasi CRM. Lalu, ia melaporkan akun palsu ke tim terkait supaya dibantu untuk *takedown* agar akun tersebut tidak ada korban selanjutnya.

Dengan kreativitas yang sudah Khilman lakukan tersebut menghasilkan pengalaman pelanggan dan manfaat bagi nasabah. Pertama, nasabah merasa aman dan terlindungi karena selama menjadi nasabah prioritas di Halo BCA tidak pernah kehilangan finansial. Kemudian, nasabah pun percaya pada fasilitas serta pelayanan yang diberikan dari BCA. Selain itu, nasabah juga selalu mendapatkan informatif dan solutif yang baik sesuai dengan keinginannya. Tidak hanya manfaat bagi nasabah, Khilman pun mendapatkan pelajaran berharga dan nilai tambah dari kasus yang ia tangani tersebut. Selama ia bekerja sebagai agent dengan layanan chat harus mampu memahami konteks dan bisa berpikir secara *out of the box*. Selain itu, Khilman juga harus mampu melatih diri dengan cepat tanggap dan melakukan aksi. Lalu, ia juga dapat *report* akun plagiat sehingga mengurangi oknum laknat dan tidak bertanggung jawab.

Kreativitas tersebut menghasilkan pengalaman menarik dan hasil maksimal berkat pengembangan diri yang telah ia lakukan. Pertama, yaitu Pengetahuan yang Luas. Untuk mengembangkan pengetahuan, ia mengikuti pelatihan *handling complain* dan kelas

kreatif bersama BUMN sehingga bisa meningkatkan pengetahuan dan prosedur perusahaan. Lalu, yang kedua, yakni Sosialisasi dan Diskusi. Khilman sebagai agent juga mengikuti sosialisasi serta melakukan liputan komunitas reptil dan berdiskusi bersama team. Hal ini, ia ikuti untuk menambah wawasan dan dapat memahami berbagai karakter seseorang. Selanjutnya yaitu komunikasi yang baik. Sebagai agent harus bisa memiliki komunikasi yang baik secara lisan maupun verbal. Untuk mengembangkan kemampuan berkomunikasi, ia menjadi seorang host zona ceria, host musik keroncong, MC seminar, serta penyiar radio.

Dalam pengembangan diri yang telah dilakukan, Khilman mampu mencapai kinerja yang telah ditargetkan oleh perusahaan. Pencapaian pertama, yaitu Akurasi informasi. Dalam hal ini, akurasi informasi adalah ketepatan informasi yang diberikan kepada nasabah yang dimana target 100% dari periode Januari hingga Juni 2022, ia pun mampu mencapai target 100%. Pencapaian kedua, yakni Produktivitas. Hal ini merupakan waktu produktif Khilman dalam melayani chat nasabah yang dimana target 86%, ia mampu mencapai target tersebut. Selanjutnya, pencapaian ketiga, yaitu Service Quality. Service Quality merupakan penilaian pelayanan agent kepada nasabah dan penilaian ini diberikan target 99% dari tim QA, ia pun mampu mencapai target tersebut dan kedua periode terakhir di bulan Mei dan Juni ia juga mampu mencapai nilai 100%. Dengan demikian, pelayanan yang diberikan kepada nasabah sudah dinilai baik oleh tim QA.

Khilman dapat mencapai nilai tersebut, karena setiap bulannya ia membuat rekan catatan terhadap nilai yang diberikan oleh tim QA tentang apa yang harus diperbaiki. Selanjutnya, pencapaian keempat, yaitu Attendance. Attendance merupakan kehadiran dan kedisiplinan dalam bekerja yang dimana dengan target 98%



dari periode Januari hingga Januari 2022, ia mampu mencapai target dengan 100%. Hal tersebut membuktikan bahwa ia selalu hadir sesuai dengan jadwal yang ditentukan oleh perusahaan. Nilai tersebut dapat ia capai, karena ia rajin minum vitamin dan menjaga stamina serta istirahat yang cukup terutama di masa pandemi seperti ini.

Tidak hanya pengembangan diri yang Khilman lakukan dan pencapaian yang sudah berhasil didapatkan, ia tidak merasa puas diri. Maka, ia juga terus melakukan motivasi pengembangan diri. Pertama, yaitu Jenjang karier. Pastinya ia tidak puas dengan karier yang ia miliki saat ini, maka ia ingin mencapai karier yang lebih baik lagi. Lalu, yang kedua, yakni Opportunities. Dengan adanya kesempatan dan peluang yang diberikan oleh perusahaan untuk mengikuti berbagai acara dan olimpiade menjadi motivasi Khilman untuk terus berkembang agar bisa berkontribusi mewakili perusahaan.

Selanjutnya, yang ketiga, yaitu Smart Agent. Dengan adanya predikat Smart Agent yang sudah ia raih, tentunya telah menjadi motivasi dirinya untuk terus berkembang hingga nanti bisa menjadi Best Smart Agent dan bisa mendapatkan Best Agent of the Year. *“Duwur wekasane endek wiwitane, Ing urip iku urup, ger basuki mawa beo, Eling aja keminter mundak keblinger, tanpa ngasorake iso menang, alon-alon waton kelakon, dan lebur dening pangastuti,”* ucap Khilman. Dengan adanya petuah digital tersebut, maka membuat ia menjadi lebih semangat dalam bekerja menjadi Agent Digital di Halo BCA.

## *Ni Luh Surpi Rahmayani*

Best of the Best Team Leader Inbound/Digital  
PT PLN (Persero)



## **Dengan *Recover Together, Recover Stronger* Dapat Meningkatkan Kinerja Tim**

**T**erkadang cinta seperti rumput liar di perkebunan, tumbuhnya tidak dikehendaki ia pun bisa merusak tanaman yang kita pelihara. Begitulah hidup jika tidak ada rumput liar tersebut, kita tidak pernah tau seberapa gigih para petani mempertahankannya. Berbicara soal cinta, PLN memiliki cinta yang besar kepada seluruh pelanggannya sehingga berupaya memberikan pelayanan terbaik dalam menyediakan dan meningkatkan keandalan listrik di Indonesia. Itulah ucapan dari Ni Luh Surpi Rahmayani atau yang akrab dipanggil Rahmah yang lahir di kota Denpasar pada tahun 1984 dan lulusan Sarjana Sastra Inggris di Universitas Udayana. Selain itu, membawakan tema besar “Recover Together, Recover Stronger” dari G20. Hal ini sebagai ajakan kepada seluruh dunia untuk saling mendukung dalam semangat pulih kembali dari pandemi.

Kembali ke cinta, mungkin banyak orang lupa bahwa hubungan yang bertahan lama akan dilandasi cinta, tanggung jawab, perhatian dan saling melengkapi. Hal itu yang menjadi memperkuat

## Cerita Pemenang Platinum

hubungan komitmen tugas dan tanggung jawab Rahmah bersama tim. Pertama, yaitu By The Book. Dalam hal ini, pemahaman agent terhadap program bisnis PLN adalah hal utama dalam pelayanan dan ia bertanggung jawab dalam melakukan Focus Discussion minimal 4x dalam sebulan membahas pemahaman agent terhadap SOP dan produk bisnis PLN dalam menjaga persiapan agent untuk menjaga First Contact Resolution (FCR) 100%.

Lalu, yang kedua, yakni Against The Clock. Waktu pelayanan agent yang efektif akan memberikan pelayanan pelanggan yang menyenangkan. Sebagai leader ia pun harus cepat tanggap dalam memberikan keputusan permasalahan pelanggan telah menjaga Average Handling Time sesuai dengan perusahaan sehingga mampu mencapai Service Level 80%. Selanjutnya, Back To The Salt Mines dimana ia membuat peraturan secara matang dan memberikan motivasi secara konkrit serta meningkatkan kinerja agent agar sesuai dengan target perusahaan. Tentunya, hal ini menjadi tanggung jawab Nih Luh dalam personal appraisal diatas 90%.

Selain itu, dua langkah cepat PLN bukan jumlah yang besar. Namun, menjadi penentu kesuksesan G20 yang akan dilaksanakan di bulan November 2022. It Takes 2 Tango atau 2 perlu dua pihak yang berkorelasi untuk kesuksesan tersebut dan sebagai team leader harus memiliki kompetensi yang akan mendukung kinerja Ni Luh. Kompetensi pertama, Jantelangen, yaitu sifat rendah hati walaupun berprestasi setinggi langit. Hal tersebut menjadi pengingat agar merasa tidak lebih hebat dari orang lain serta sebagai mekanisme kontrol sosial yang sangat banyak karena bisa menjadi kebersamaan. Inilah yang selalu ia terapkan untuk menjadi team leader yang bersikap objektif, proaktif dan menginspirasi. Kompetensi kedua, Lagom

yaitu prinsip seorang swedia yang berarti pintar berlebihan yang dimana Rahmah selalu ia jadikan prinsip dalam membuat perencanaan yang matang serta ia juga harus memiliki keputusan cepat dan tepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Setelah jantelangen dan logam. Mindful menjadi kompetensi ketiga yang dimiliki oleh Rahmah dimana ia harus fokus terhadap peristiwa sekeliling dan tidak membiarkan pikiran mengembara tidak jelas. Hal tersebut merupakan cara ia menyerap semua probis PLN yang cukup beragam dan membuat catatan singkat menjadi sebuah acuan ia dalam pelayanan.

Dari kompetensi tersebut, ia juga menciptakan program kerja dari 6 bulan yang lalu dan diberi nama LIARS (Light A Fire Unser Someone). Dalam hal ini, terdapat hal yang cara yang cerdik dalam memotivasi orang lain ialah dengan membakar semangatnya untuk bekerja lebih baik lagi. Selain itu, cara yang paling mudah memperlihatkan perhatian dengan cara mendengarkan, memberikan solusi adalah bonus tambahan dan pelanggan adalah kepedulian yang utama bagi PLN.

Program kerja tersebut dilatarbelakangi oleh beberapa hal. Pertama, Dunning Kruger Effect yaitu kondisi dimana seorang merasa lebih tahu daripada orang lain namun memiliki ilmu yang pas-pasan. Beberapa agent memiliki budaya membaca lebih sedikit sehingga sering sekali tidak memahami probis PLN yang cukup banyak dan suka berubah dengan trend. Hal ini menjadi faktor tidak mencapai First Call Resolution (FCR) 100%. Kedua, Konstelasi Emosi dimana banyaknya gangguan dan keluhan yang ditangani menyebabkan meningkatnya hormon kortisol karena adanya pergolakan dan fluktuasi emosi yang terjadi hampir pada semua agent. Hal tersebut tentunya akan berdampak pada hilangnya motivasi bekerja dalam pencapaian kedisiplinan

## Cerita Pemenang Platinum

khususnya pada pelanggaran ketetapan hadir yang memiliki target sebesar 0% dalam satu bulan. Ketiga, yaitu ByStandar Effect. Fenomena sosial ketika seseorang melihat situasi darurat yang tidak melakukan sesuatu untuk membantu dan hanya mengandalkan orang lain. Hal ini biasa terjadi dalam call yang begitu tinggi dan beberapa agent memilih melakukan released hold on traffic call meskipun tanpa alasan yang berarti sehingga mengurangi jumlah call yang diterima. Tentunya, berdampak pada penurunan SL yang ditargetkan 80%.

Beberapa latar belakang tersebut didukung oleh data pendukung program kerja Rahmah. Pada bagian First Contact Resolution di tahun 2021 menunjukkan fluktuasi nilai dengan pencapaian terendah adalah bulan Januari. Tentunya, hal ini menjadi konsentrasi yang cukup tinggi karena pemahaman agent yang tidak seimbang atau tidak semua agent memahami semua probis PLN yang berlaku. Lalu, tingginya tingkat emosi dan tekanan yang diakibatkan keluhan yang ditangani oleh agent di tahun 2021 menyebabkan tingkat kejenuhan kinerja khususnya pada ketepatan kehadiran. Sedangkan, pelanggaran tertinggi di bulan September karena curah hujan yang deras dan berimbas pada jaringan PLN. Selanjutnya, kesenjangan semangat dalam melayani semakin jelas terlihat di tahun 2021 dengan angka durasi hold terus meningkat sebesar 5280 detik sejak bulan Maret hingga Desember.

Sebagai bentuk cinta dan mewujudkan kualitas pelayanan PLN yang terbaik dan perencanaan yang matang, Rahmah menciptakan kreativitas untuk menunjang latar belakang program kerja. Pertama, yaitu Mind Mapping. Metode pembelajaran yang baik akan mempermudah dalam memahami produk bisnis PLN yang sangat kreatif dan variatif. Selain itu, ia harus membantu tim

mengingat dan memahami bisnis PLN dengan melakukan interview selama 1 menit untuk setiap produk baru serta tim akan membuat rangkuman. Dengan demikian, tim akan mudah untuk dipahami dan mengingatkannya. Kedua, yakni Fika. Kreativitas kedua ini, meniru dari budaya negara Swedia merupakan konsep jeda sejenak dari aktivitas dengan duduk santai tetapi tetap formal serta menikmati makanan serta minum menjadi sebuah sublimasi. Hal ini dapat meningkatkan semangat setelah lelah bekerja. Rahmah sebagai team leader melakukan ini cukup 20 menit untuk berbincang mengenai kinerja dan evaluasi bersama tim.

Sebagai team leader, Rahmah juga melakukan Bucket List sebagai kreativitasnya yang ketiga. Dalam hal ini, ia memiliki 15 orang tim dengan gender dan cara berpikir yang berbeda-beda. tentunya, tidak mudah untuk memberikan saran agar dapat dipahami dan tanpa bersifat mendominasi. Lalu, dengan adanya metode Cognitive Restructuring yaitu menyusun ulang cara berpikir irasional menjadi rasional. Ia memberikan pemahaman kepada agent agar tidak bersifat egoistik dan melaksanakan tugas dan tanggung jawab dengan baik maupun sesuai dengan aturan. Selanjutnya, ia pun bersama tim tidak lupa melakukan meeting setiap 1 bulan sekali melalui aplikasi agar semua tim terlibat dan memahami tujuan dari program ini.

Kehidupan yang indah tidak terjadi begitu saja, melainkan dengan doa dan pengorbanan dari kerja keras. Berikut hasil program kerja yang telah Rahmah capai bersama tim. Pertama yaitu Hold call menurun. Target tersebut telah tercapai sejak bulan Maret dan otomatis pencapaian SL pun mengalami peningkatan. Hal ini juga berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan karena menerima call paling terbanyak dari sebelumnya. Kedua, yakni pelanggaran ketepatan hadir menurun. Hal tersebut dapat dilihat

dari Ketepatan Hadir 2022 yang mengalami peningkatan 0% sejak bulan April. Untuk itu dapat diartikan motivasi dan perbaikan yang sudah disepakati telah berhasil diterapkan. Selanjutnya, yaitu First Contact Resolution meningkat. Hal tersebut terbukti dari peningkatan ucapan terimakasih dalam beberapa hasil recording dan hasilnya pun konsisten 100% selama 6 bulan terakhir. Hal ini sangat berdampak pada customer satisfaction. Tidak hanya itu, Rahmah juga mendapatkan Best Team adalah reward yang mencapai nilai yang terbaik selama 3 bulan berturut-turut yang dimana ini mencapai tujuan di bulan April. Hal tersebut membuktikan bahwa ia bisa mengarahkan kinerja tim dengan saat baik.

Dari pencapaian tersebut, Rahmah Tidak merasa puas diri. Ia pun melakukan pengembangan diri, yang pertama yaitu Novel Addicted. Ia membaca berbagai jenis novel untuk menambah wawasan dalam banyak hal dan tentunya cara mendalami karakter berbagai orang dapat bermanfaat bagi dirinya. Lalu, yang kedua, yakni Bake a Cake. Seorang Ibu yang dituntut untuk bisa menjadi apapun bagi keluarganya dengan membuat kue dan cemilan sehat menjadikan dirinya tidak pantang menyerah dari apapun terutama menjadi seorang leader. Selanjutnya, yang ketiga, yaitu Ngejot. Tradisi ini adalah memberikan makanan kepada orang lain sebagai bentuk berbagi dan bagi dirinya ini sebuah kebersamaan dan wujud kepedulian dari seorang leader dalam memimpin.

Jika 2 langkah PLN dalam mensukseskan G20 adalah bukti cintanya kepada pelanggannya, maka Rahmah sebagai leader memiliki langkah tepat dalam mempertahankan kinerja, yaitu G4. Pertama, Good Attendance adalah komitmen dalam layanan terbaik yang dimulai dari kehadiran yang konsisten. Untuk itu, ia selalu mencapai target 100% setiap bulannya pada FCR. Lalu,

Great Knowledge adalah sebuah penguasaan produk yang baik ia pun dapat mencapai target 100% dalam setiap test probis dari tim QA. Selanjutnya, yaitu Grand Productivity. Dengan adanya manajemen waktu yang baik dengan kreativitas yang tinggi, ia pun melakukan tugas dan tanggung jawab secara excellent setiap bulannya. Terakhir, yaitu Gorgeous Effort. Dalam hal ini, reporting haruslah tepat dan benar sehingga kinerja semua pihak mendapat hasil yang baik dari kerja kerasnya. Maka, ia pun selalu membuat, memeriksa dan mengirimkan laporan dengan 100% tepat setiap bulannya. Terakhir, G4 sebagai bukti dari kinerja Rahmah sebagai leader secara konsisten terus ia tingkatkan dan tentunya menginspirasi banyak orang.

Sebagai leader, ia harus menetapkan langkah untuk terus mengembangkan diri. Oleh karena itu, ia melakukan beberapa motivasi pengembangan diri. Pertama, yaitu Go To Paris. Sebuah mimpi yang akan ia wujudkan suatu saat nanti, bukan hanya untuk berwisata. Namun, dapat menambah wawasan. Lalu, yang kedua, yakni Music Class. Dengan meningkatkan skill dapat melatih otak kanan akan lebih kreatif khususnya dalam memotivasi tim dalam kinerja.

Selanjutnya, yakni Beyond Connectivity dimana ia melebarkan pertemanan dengan banyak orang, tentunya akan membuka banyak peluang dan bermasyarakat untuk meningkatkan sikap empati. “Rumput liar tak senantiasa mengganggu, terkadang ia hadang untuk kehidupan lainnya. Hal ini sama dengan gangguan kelistrikan yang kerap mewarnai akan menjadi perbaikan dan peningkatan yang lebih baik demi rasa cinta PLN kepada seluruh negeri,” ungkap Rahmah.



# **CERITA PEMENANG PLATINUM**

**THE BEST CONTACT CENTER INDONESIA 2022**

**Annisa Nur Fauzi  
Evrida Usmeila  
Renny Rochimawati Busyaeri  
Hanny Alievadena**





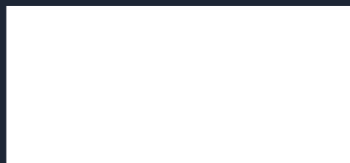
# CERITA PEMENANG PLATINUM

## THE BEST CONTACT CENTER INDONESIA 2022

Dalam kumpulan tulisan ini, Anda akan diperkenalkan pada dunia yang menarik di balik layar operasi sebuah contact center. Buku "Cerita Pemenang Platinum The Best Contact Center Indonesia 2022" mengangkat kisah-kisah inspiratif dari para pemenang lomba di industri contact center Indonesia yang berjuang dan berhasil mengukir prestasi gemilang dalam bidang pelayanan pelanggan.

Setiap cerita dalam buku ini menceritakan perjalanan unik dari seorang individu yang telah berhasil meraih gelar "Platinum" dalam ajang lomba contact center prestisius di Indonesia. Cerita-cerita ini mengulas kreativitas, inovasi, dan tugas yang dilakukan oleh para pemenang untuk mencapai keunggulan dalam memberikan layanan pelanggan yang luar biasa.

Jika Anda ingin mendapatkan inspirasi dari cerita-cerita nyata pemenang lomba contact center terbaik di Indonesia, buku ini adalah pilihan yang sempurna. Dari halaman pertama hingga akhir, Anda akan terinspirasi oleh semangat dan dedikasi para pemenang "Platinum" ini dalam mencapai kesuksesan dalam dunia contact center.



INDONESIA CONTACT CENTER ASSOCIATION