

Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Ketegangan Dialektis dalam Rangka Peningkatan Penjualan Bancassurance di BCA Alam Sutera

Maria Fransiska Larasati¹ dan Agus Daniar²

^{1,2}Universitas Bunda Mulia

Jalan Jalur Sutera Barat Kav. 7-9 Alam Sutera, Tangerang, 14430, Indonesia

¹marialarasati@hotmail.com, ²I1644@lecturer.ubm.ac.id

Abstrak

Perbankan di Indonesia saat ini mulai memfokuskan profitnya dari penjualan *bancassurance*. Masa pandemi Covid-19 ini semakin membuka adanya peluang untuk memberi kesadaran kepada nasabah serta menawarkan solusi proteksi asuransi kepada nasabah. Tujuan penelitian ini yakni guna mengetahui besarnya pengaruh komunikasi interpersonal terhadap ketegangan dialektis dalam rangka penjualan *bancassurance* di BCA Alam Sutera. Penelitian ini meneliti besarnya pengaruh persepsi karyawan terhadap atasan, sesama rekan kerja dan produk *bancassurance* yang ditawarkan, rasa percaya diri karyawan dalam menjual produk *bancassurance*, tekanan emosional yang dialami karyawan dalam mencapai target penjualan *bancassurance* terhadap ketegangan dialektis yang terjadi pada frontliner di Bank Central Asia Cabang Alam Sutera. Penelitian ini menerapkan metode penelitian kuantitatif berdasarkan model penelitian eksploratif. Populasi dalam penelitian ini adalah *frontliner* yaitu teller dan *customer service* yang bekerja di BCA Alam Sutera serta kantor cabang pembantu dengan mengambil semua populasi yang tersedia sejumlah 52 responden. Berdasarkan hasil penelitian yang mengindikasikan bahwasannya persepsi, percaya diri dan tekanan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketegangan dialektis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh persepsi, percaya diri, tekanan emosional dan ganjaran terhadap ketegangan dialektis adalah sebesar 71%, sedangkan sisanya sebesar 29% dipengaruhi dari variabel lain yang tidak termasuk pada penelitian ini. Tekanan emosional merupakan variabel yang paling signifikan berpengaruh terhadap ketegangan dialektis dengan nilai β sebesar 0,760.

Kata-kata Kunci: *Persepsi; Percaya Diri; Tekanan Emosional; Ketegangan Dialektis; Bancassurance*

Diterima: 16-03-2022

Disetujui: 23-06-2022

Dipublikasikan: 30-06-2022

The Effect of Interpersonal Communication on Dialectic Tensions in Improving Bancassurance Sales at BCA Alam Sutera

Abstract

Banks in Indonesia are currently starting to focus their profits from selling *bancassurance*. The COVID-19 pandemic has opened up more opportunities to raise awareness for customers and offer insurance protection solutions to customers. The purpose of this study was to determine the magnitude of the influence of interpersonal communication on dialectical tension in the context of selling *bancassurance* at BCA Alam Sutera. This study examines the influence of employee perceptions of superiors, fellow co-workers and the

bancassurance products offered, employee confidence in selling bancassurance products, emotional stress experienced by employees in achieving bancassurance sales targets on dialectical tensions that occur in frontliners at Bank Central Asia Alam Sutera Branch. This research uses quantitative research methods with exploratory research models. The population in this study are frontliners, namely tellers and customer service who work at BCA Alam Sutera and sub-branches by taking the entire population of 52 respondents. Based on the results of the study showed that perception, self-confidence and emotional stress had a positive and significant effect on dialectical tension. The results of this study indicate that the effect of perception, self-confidence, emotional stress and rewards on dialectical tension is 71% while the remaining 29% is influenced by other variables not included in this study. Emotional stress is the variable that has the most significant effect on dialectical tension with a value of 0.760.

Keywords: Perception; Confidence; Emotional Pressure; Dialectical Tension; Bancassurance

PENDAHULUAN

Bank Central Asia (BCA) cabang Alam Sutera merupakan salah satu kantor cabang utama BCA yang merupakan salah satu cabang unggulan, dengan konsep *home living* pertama di Indonesia. BCA Kantor Cabang Utama (KCU) Alam Sutera merupakan kantor cabang percontohan yang didesain khusus dengan konsep baru yang menerapkan konsep *Individual Banking Mall* yang berfokus guna memberi pengalaman perbankan yang beragam kepada nasabah, baik dari segi suasana maupun layanan yang diberikan. Hal ini dapat dilihat dari pembagian lokasi sesuai jenis transaksi. Nasabah akan dibagi ke dalam beberapa ruangan sesuai dengan transaksi yang ingin dilakukan. Ada ruangan untuk transaksi teller individu, CSO individu, teller bisnis, CSO bisnis, CSO solusi dan ruangan bagi nasabah prioritas. Setiap ruangan pun dibagi lagi seperti CSO individu dibagi menjadi 3 bagian yaitu *service counter* untuk transaksi cepat, CSO desk untuk transaksi keluhan nasabah dan pembukaan rekening dan CXO yang merupakan layanan mesin digital BCA untuk transaksi seperti ganti kartu, ganti buku, cetak buku, aktivasi *mobile banking* dan *internet banking* serta keluhan HaloBCA (NN, 2013).

Selain sebagai kantor cabang pertama dengan konsep *Individual Banking Mall*, BCA Alam Sutera terus berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi bisnis agar hasil yang diperoleh maksimal sehingga membuat BCA KCU Alam Sutera semakin berkembang. Saat ini BCA KCU Alam Sutera memiliki 5 kantor cabang pembantu dan 2 kantor kas.

Ada beberapa kategori penilaian dalam penentuan pencapaian cabang, beberapa di antaranya adalah penilaian terhadap pelayanan, hasil audit, pencapaian target mesin digital cabang, jumlah *customer* baru serta dari segi bisnis. Kategori ini merupakan poin-poin yang harus dipenuhi oleh cabang selama satu tahun agar cabang mendapatkan nilai yang maksimal. Untuk setiap pencapaian cabang yang maksimal *full point* tentunya akan mendapatkan apresiasi dari direksi BCA. Oleh karena itu, penting bagi setiap cabang agar dapat mendapatkan poin yang maksimal untuk setiap kategori penilaian.

Pandemi virus Corona yang melanda seluruh dunia semenjak tahun 2020 telah membuat berbagai lini usaha merasakan dampak penurunan profit bahkan mengganggu stabilitas perekonomian di berbagai negara di belahan dunia. Dampak ini juga berpengaruh kepada Indonesia

dan sektor perbankan juga dijadikan sebagai suatu sektor yang terpengaruh dari adanya pandemi virus Corona. Masa pandemi tersebut membuat masyarakat sulit untuk menjalankan bisnis sehingga bank sebagai penyedia jasa kredit dan sarana transaksi keuangan menjadi terkena dampaknya. Hal ini tentunya akan berdampak pula pada pendapatan cabang.

Sulitnya mencari kredit usaha dan kredit individu di masa pandemi ini membuat bank berfokus pada mencari profit lain di luar kredit, salah satunya adalah penjualan *bancassurance*. Menurut laman resmi OJK, *bancassurance* yakni relasi kerja sama yang melibatkan Perusahaan Asuransi bersama pihak bank pada rangka memasarkan produk asuransi dari bank yang mampu dikelompokkan menjadi 3 (tiga) model bisnis, yakni referensi, kerja sama distribusi dan integrasi produk. Bisnis *bancassurance* dinilai amat menguntungkan khususnya di masa pandemi ini menjadi momen dimana masyarakat mulai sadar akan pentingnya proteksi untuk kesehatan maupun jiwa (Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 32/SEOJK.05/2016 Tentang Saluran Pemasaran Produk Asuransi Melalui Kerja Sama Dengan Bank (*Bancassurance*), 2016).

Selain BCA, bank lainnya di Indonesia juga berusaha meningkatkan nilai penjualan *bancassurance*. Seperti dikutip dalam berita online kontan.co.id, Bank Mandiri juga berfokus pada peningkatan nilai jual *bancassurance*. Hal ini dikatakan oleh Rudi As Aturridha yang merupakan Sekretaris Perusahaan Bank Mandiri. Bank Mandiri menerapkan dua strategi dalam upaya peningkatan penjualan *bancassurance*, yaitu menyempurnakan proses bisnis lewat

pengembangan sistem antara Bank Mandiri bersama perusahaan rekanan asuransi serta mulai mengembangkan sarana pemasaran produk asuransi dengan memanfaatkan teknologi digital (Hutauruk, 2021).

BCA dianggap masih memiliki peluang untuk menjual produk *bancassurance* dalam transaksi perbankan kepada nasabah. Hal ini dikatakan oleh *Senior Executive Vice President Wealth Management* BCA Christine Setyabudhi bahwasannya hingga kini baru sekitar 5% nasabah BCA yang sudah menerima asuransi dari *bancassurance* BCA. Hal ini berarti bahwa baru sekitar 450.000 nasabah BCA yang menggunakan fasilitas layanan produk *bancassurance* melalui BCA, sehingga hal tersebut dianggap mampu menjadi peluang besar kepada BCA untuk menambah jumlah nasabah yang bergabung dengan produk *bancassurance* BCA (Pratama, 2020). Berdasarkan data tersebut, sejak 2020, BCA berfokus untuk memaksimalkan potensi penjualan *bancassurance* di kantor cabang BCA dengan selalu menawarkan produk-produk *bancassurance* BCA dalam setiap transaksi yang dilakukan oleh *frontliner* yaitu para *teller* dan *customer service*.

BCA saat ini bekerja sama dengan PT AIA Financial dalam penjualan produk asuransi. Kerja sama yang sudah dijalin selama 17 tahun ini diharapkan dapat membuat nasabah percaya untuk membeli produk asuransi dari AIA melalui BCA. BCA dan AIA selalu berusaha untuk menjual produk asuransi yang sesuai berdasarkan keperluan nasabah, mulai dari asuransi jiwa, kesehatan, pendidikan hingga investasi.

Dengan adanya peluang dan target untuk menjual produk *bancassurance*

di BCA, maka BCA Alam Sutera juga berusaha untuk meningkatkan nilai penjualan produk *bancassurance* berdasarkan target yang sudah ditentukan dari Kantor Wilayah BCA. Sejak tahun 2020 hingga kini, pencapaian BCA Alam Sutera dalam penjualan produk *bancassurance* dianggap belum maksimal. Hal tersebut mampu diamati dari pencapaian cabang sejak 2020 hingga 2021, BCA Alam Sutera belum menempati posisi teratas dalam pencapaian penjualan produk *bancassurance*. Untuk target cabang pada tahun 2020, BCA Alam Sutera belum mencapai target yang ditetapkan.

Pada awal tahun 2021 untuk pencapaian pada kuartal 1, hasil pencapaian BCA Alam Sutera masih belum mencapai target yang telah ditentukan. Dari 12 KCU di Kanwil 12, BCA KCU Alam Sutera mencapai peringkat 9 dalam pencapaian penjualan *bancassurance* pada Kuartal 1 di tahun 2021. BCA KCU Alam Sutera juga belum memenuhi target dalam hal pencapaian penjualan produk *bancassurance* dengan kekurangan nominal sejumlah 534.379.56 juta rupiah.

Tentunya banyak sekali faktor yang memengaruhi pencapaian penjualan *bancassurance* di BCA KCU Alam Sutera. Hal tersebut mampu diamati dari faktor strategi manajemen, kemampuan *frontliner* dalam menawarkan produk, mutu sumber daya manusia, serta *Bancassurance Consultan* dari AIA dalam melakukan strategi marketing serta permasalahan komunikasi yang terjadi dalam hubungan antar karyawan serta antar karyawan dengan atasan. Dalam banyaknya kemungkinan masalah yang memengaruhi pencapaian penjualan *bancassurance*, masalah komunikasi menjadi

sangat menarik untuk menjadi perhatian karena dalam penjualan *bancassurance* dibutuhkan komunikasi agar *frontliner* dapat meyakinkan nasabah untuk memilih mempercayakan proteksi jiwa, kesehatan dan pendidikannya dengan produk *bancassurance* yang ada di BCA. Selain itu, komunikasi yang terjalin antar atasan dengan karyawan serta komunikasi yang terjalin antar karyawan juga dapat memengaruhi peningkatan penjualan *bancassurance* di BCA KCU Alam Sutera.

Strategi komunikasi pemasaran yang efektif sangat dibutuhkan untuk meningkatkan hasil penjualan. Selain strategi komunikasi pemasaran, menjaga hubungan baik dengan *customer existing* dan calon *customer* juga penting dalam meningkatkan hasil penjualan. Hal ini dibuktikan dalam penelitian mengenai "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Penjualan di Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang". Penelitian yang diteliti oleh Tarno Maryanto dengan Amanah Syahida tersebut membuktikan bahwasannya strategi komunikasi pemasaran yang efektif ternyata berpengaruh untuk meningkatkan penjualan (Maryanto & Rakhim Syahida, 2019). Dalam hal ini, menjaga hubungan baik dengan nasabah *existing* atau dengan calon nasabah prospek produk *bancassurance* sangat penting dilakukan. Menjaga hubungan dan komunikasi yang baik dapat menjadi strategi komunikasi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan *bancassurance* di BCA KCU Alam Sutera. Poin komunikasi dalam meyakinkan nasabah untuk memilih produk *bancassurance* di BCA KCU Alam Sutera dapat didapatkan dari kedekatan

dan kepercayaan nasabah kepada *frontliner* yang memberi penawaran.

Komunikasi organisasi juga dapat menjadi faktor pengaruh dalam membentuk iklim komunikasi yang positif dalam lingkungan kantor. Komunikasi antar karyawan dan juga komunikasi antar atasan dengan bawahan dapat mempengaruhi kinerja karyawan dalam mencapai target yang diharapkan oleh perusahaan. Kepercayaan di antara para pegawai, melibatkan karyawan saat pengambilan keputusan, kejujuran yang terjalin antar pegawai, keterbukaan komunikasi oleh atasan kepada bawahan, mau mendengarkan saran dan masukan dari pegawai dapat mempengaruhi kinerja pegawai (Irawan & Venus, 2016).

Komunikasi interpersonal yang terjadi dalam lingkungan kerja juga dapat menjadi faktor pengaruh terhadap kinerja karyawan. Besarnya kontribusi komunikasi interpersonal terhadap kinerja berpengaruh signifikan. Komunikasi interpersonal seseorang mampu mencerminkan karakter pribadi dirinya dan kinerja pegawai dipengaruhi dari dampak komunikasinya. Komunikasi dibutuhkan agar membangun serta menyebarkan tujuan dari perusahaan dan menimbulkan keunggulan bersaing (Martiana, 2018).

Dalam mencapai tujuan target yang diharapkan, tentunya akan timbul tekanan, konflik dan pertentangan yang terjadi dalam diri individu maupun kelompok organisasi dalam lingkungan kerja. Perbedaan persepsi, perbedaan pandangan, ketidakserasian antara keinginan dengan yang diharapkan akan menimbulkan ketegangan dialektis dalam hubungan di lingkungan kerja antar karyawan maupun

antar atasan dengan karyawan. Perbedaan yang terjadi antar individu di lingkungan kerja dapat menimbulkan konflik, namun tidak semua konflik akan merugikan apabila dapat ditangani dengan baik dan setiap karyawan mempunyai tujuan yang serupa demi meraih target yang diharapkan oleh manajemen. Selain itu, dengan melakukan pendekatan komunikasi yang tepat maka ketegangan tersebut dapat dikelola dengan baik dalam hubungan yang terjalin antar karyawan (Astuti et al., 2019).

Peneliti berfokus terhadap komunikasi interpersonal yang melibatkan karyawan dengan atasan dan komunikasi interpersonal yang terjadi antar sesama karyawan serta pengaruhnya pada ketegangan dialektis yang terjadi dalam membentuk motivasi karyawan untuk meningkatkan kinerja dalam penjualan *bancassurance* di BCA KCU Alam Sutera. Untuk menawarkan produk *bancassurance* kepada nasabah tentu saja bukanlah hal yang tergolong mudah. Dengan demikian, sangat diperlukan tuntunan dan motivasi dari sesama teman dan atasan agar para *frontliner* tidak mudah menyerah dan yakin dengan produk yang mereka tawarkan.

Komunikasi interpersonal dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya berupa persepsi interpersonal, konsep diri, serta atraksi interpersonal. Persepsi seorang karyawan terhadap atasan dan produk asuransi yang mereka tawarkan dapat memengaruhi seorang karyawan dalam menawarkan produk *bancassurance*. Konsep diri mencakup kepercayaan diri seorang karyawan dalam menawarkan produk *bancassurance*. Atraksi interpersonal mencakup tekanan emosional yang mereka dapatkan dari adanya tekanan target

pencapaian penjualan bancassurance yang harus mereka capai.

Dalam proses komunikasi yang terjadi tidak akan terlepas dari adanya ketegangan-ketegangan yang terjadi antar karyawan maupun antar atasan dengan karyawan. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini yakni guna mengetahui bagaimana pengaruh persepsi, percaya diri serta tekanan emosional yang terjadi pada *frontliner* di BCA KCU Alam Sutera terhadap ketegangan dialektis dalam mencapai target penjualan *bancassurance*.

KAJIAN PUSTAKA

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang melibatkan kumpulan orang secara *face to face*, yang memungkinkan seluruh pesertanya menangkap reaksi dari orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal begitu berpotensi ketika melaksanakan fungsi instrumental sebagai alat guna membujuk maupun memengaruhi orang lain. Komunikasi interpersonal membuat manusia menjadi akrab dengan sesama manusia lainnya, karena komunikasi interpersonal menggunakan emosi serta gerakan yang langsung terlihat oleh lawan bicara sehingga seseorang dapat langsung menangkap maksud dari yang telah disampaikan oleh pembawa pesan (Mulyana, 2007).

Komunikasi interpersonal dipengaruhi dari persepsi interpersonal, konsep diri, dan hubungan interpersonal. Ketiga hal tersebut memengaruhi manusia dalam proses hubungan interpersonal yang terjalin. Semakin baik hubungan

yang dibangun melalui komunikasi interpersonal ini maka semakin baik pula proses interaksi yang terjalin. Hal ini juga dapat mengurangi gangguan dalam komunikasi yang terjadi seperti kesalahan persepsi (Rakhmat, 2013).

Persepsi yakni pengalaman mengenai objek, peristiwa, maupun berbagai hubungan yang terjadi dengan menyimpulkan informasi serta menafsirkan pesan. Persepsi merupakan kegiatan untuk memberikan makna kepada stimulus inderawi (*sensory stimuli*). Pada persepsi, stimulus sampai kepada kita dari berbagai lambang verbal maupun grafis yang disampaikan dari pihak ketiga. Persepsi membuat kita mencoba memahami sesuatu yang tidak tampak dari alat indra kita seperti motif. Berbagai faktor personal dari seseorang, karakteristik orang yang ditanggapi beserta hubungan kita bersama orang tersebut dapat memengaruhi persepsi kita terhadap seseorang (Rakhmat, 2013).

Konsep diri merupakan perasaan maupun perspektif kita mengenai diri kita. Persepsi mengenai diri ini bisa bersifat fisis, psikologi, serta sosial. Konsep diri bukanlah hanya sekedar mengenai gambaran deskriptif, tetapi juga penilaian seseorang terhadap diri sendiri. Konsep diri mencakup sesuatu yang individu pikirkan serta rasakan mengenai dirinya. Percaya diri memengaruhi konsep diri dari individu tersebut. Orang yang menutup diri cenderung kurang memiliki kepercayaan akan diri sendiri serta kemampuan yang dimilikinya. Sedangkan orang yang percaya diri akan mempunyai konsep diri yang positif di mana individu tidak ragu terhadap kemampuan sendiri serta merasa mampu dalam mengatasi persoalan (Rakhmat, 2013)

Atraksi interpersonal merupakan perilaku yang menunjukkan kesukaan seseorang terhadap orang lain, sikap positif, serta daya tarik seseorang. Dengan mengetahui siapa tertarik kepada siapa, maupun siapa yang menghindari siapa, kita mampu memprediksi arus komunikasi interpersonal yang akan terjadi. Semakin kita tertarik kepada seseorang, maka kecenderungan kita berkomunikasi dengan orang tersebut akan semakin besar. Pengaruh atraksi interpersonal terhadap komunikasi interpersonal adalah efektivitas, penafsiran, serta penilaian komunikasi. Faktor-faktor yang dapat memengaruhi atraksi interpersonal adalah tekanan emosional (stress) dan ganjaran (reward) (Rakhmat, 2013).

Teori Dialektika Relasional yang dicetuskan dari Baxter dengan Montgomery yang menyatakan bahwa hubungan didefinisikan sebagai suatu dialog antara banyak suara. Dalam waktu yang bersamaan, Baxter menggambarkan teori miliknya sebagai dialektis, yang bermakna bahwasannya hubungan adalah suatu jembatan yang menangani pertentangan. Teori tersebut berupaya memaparkan bagaimana dinamika serta berbagai hambatan yang terjadi pada suatu hubungan.

Asumsi utama dari Teori Dialektika Relasional yakni apa pun suatu bentuk keakraban dan keintiman pada suatu hubungan, hubungan tersebut adalah bentuk jalinan yang tidak beraturan dari suatu proses yang tidak stabil (selalu berubah). Relasi diorganisasikan pada suatu interaksi yang dinamis antara berbagai kecenderungan yang saling berlawanan pada suatu hubungan. Pada

teori ini, kontradiksi merupakan konsep utama pada dialektika suatu hubungan (Nashrulloh, 2019).

Seseorang secara konstan berkomunikasi dengan tujuan agar menyeimbangkan berbagai tekanan yang saling berlawanan yang ditemukan pada suatu hubungan. Di teori ini, setiap orang yang terlibat pada tindakan komunikasi dipandang mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Teori Dialektika Relasional berlandaskan kepada empat asumsi pokok yaitu: a) hubungan tidak bersifat linear; b) hidup berhubungan ditunjukkan oleh adanya perubahan; c) kontradiksi yakni suatu fakta penting pada hidup yang saling berhubungan, serta d) komunikasi amat penting ketika menegosiasikan serta mengelola berbagai kontradiksi pada hubungan (Littlejohn & Foss, 2011).

Terdapat penelitian sejenis yang menjadi acuan peneliti. Penelitian berjudul "Memahami Dialeksi Konflik Kerja dan Pengalaman Komunikasi Karyawan dalam Proses Resolusi Konflik di Kantor Imigrasi Padang" oleh Astuti, Arif dan Ningrum (2019) meneliti pengalaman komunikasi dan konflik yang terjadi dalam lingkup pekerjaan. Penelitian ini mengkaji dengan menggunakan teori dialektika relasional serta mengkaji komunikasi interpersonal berupa persepsi dan keterbukaan diri (Astuti et al., 2019).

Pembeda penelitian terdahulu terhadap penelitian ini yakni penelitian ini sama-sama mengkaji mengenai ketegangan dialektis yang terjadi namun dalam penelitian ini juga meneliti tekanan emosional sebagai variabel yang memengaruhi ketegangan dialektis.

Penelitian lainnya yang berjudul "Pola

Komunikasi Interpersonal Pembina Lapas Terhadap Warga Binaan Lapas Perempuan Kelas II A Palembang” oleh Dwi Maharani dan Raka Nugraha (2017) berfokus pada komunikasi interpersonal yang dikaitkan dengan teori dialektika relasional. Variabel komunikasi interpersonal yang digunakan adalah tertutup dan keterbukaan, otonomi dan keterikatan (Nugraha & Maharani, 2017).

Pembeda dari penelitian terdahulu terhadap penelitian ini yakni di penelitian ini selain berfokus terhadap teori dialektika relasional juga mengkaji teori komunikasi interpersonal selain dari keterbukaan diri, yaitu persepsi dan tekanan emosional.

Dalam hal komunikasi verbal dan persepsi, Putra dan Lubis melakukan penelitian yang berjudul “Dialektika Relasional Orang Tua dan Anak dalam Proses Belajar di Era Covid-19”. Penelitian ini meneliti komunikasi interpersonal dalam keluarga serta dialektika relasional yang terjadi dalam hubungan komunikasi orang tua dengan anak pada proses belajar di era pandemi virus Corona (Putra & Lubis, 2021).

Pembeda dari penelitian ini adalah, penelitian terdahulu hanya berfokus pada komunikasi interpersonal di lingkup komunikasi verbal dan persepsi sedangkan penelitian ini juga mengkaji variabel lain seperti konsep diri dan tekanan emosional.

Penelitian berjudul “Penggunaan Simbol Verbal dan Non Verbal dalam Pemeliharaan Hubungan Asmara Pasangan Disabilitas Intelektual” oleh Susanto berfokus pada proses pemeliharaan hubungan melalui penggunaan simbol verbal dan non verbal. Penggunaan simbol verbal dan non verbal digunakan pada

proses komunikasi yang terjadi dan mampu memengaruhi persepsi seseorang sehingga dapat berpengaruh juga terhadap ketegangan yang terjadi dalam komunikasi. Simbol verbal berupa kata-kata dengan ekspresi dan gestur yang merupakan komunikasi non verbal apabila diartikan berbeda oleh penerima pesan maka dapat menimbulkan kesalahan persepsi yang mengakibatkan munculnya ketegangan-ketegangan (Susanto, 2015).

Pembeda penelitian terdahulu terhadap penelitian ini yakni penelitian ini akan mengkaji komunikasi interpersonal tidak hanya pada simbol verbal dan non verbal saja namun juga konsep diri, *reward* dan tekanan emosional.

Penelitian Rina Martiana yang bertajuk “Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Motivasi terhadap Kinerja Penjualan Bancassurance” dengan penelitian yang berlokasi di Kantor Cabang BNI Wilayah Jakarta BSD (WJB). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja dipengaruhi dari komunikasi interpersonal serta motivasi. Komunikasi interpersonal dengan motivasi seharusnya dimasukkan sebagai unsur yang sangat berkontribusi ketika meningkatkan kinerja penjualan asuransi (Martiana, 2018). Unsur komunikasi interpersonal yang digunakan adalah keterbukaan diri dan persepsi serta motivasi.

Pembeda dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yakni bahwasannya penelitian ini berfokus pada kinerja penjualan, sedangkan penelitian yang saya teliti ini berfokus pada ketegangan dialektis yang terjadi dalam rangka usaha untuk mencapai target penjualan *bancassurance*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan paradigma positivistik dengan metode penelitian kuantitatif di mana hasil dari pengolahan data penelitian ini akan berupa data statistik dan angka. Model penelitian ini yakni penelitian eksploratif. Penelitian eksploratif merupakan penelitian yang berupaya memaparkan maupun merepresentasikan fenomena di mana peneliti belum memiliki arah maupun peta penjelasan mengenai fenomena yang dihadapi mereka. Eksploratif merupakan semacam pengumpulan data agar menjawab persoalan yang menjadi minat peneliti. Penelitian eksploratif dilaksanakan dengan mengadakan penjajakan maupun pengenalan terhadap gejala tertentu. Tujuan dari penelitian eksploratif yakni guna memproduksi generalisasi yang diturunkan dari proses induktif mengenai aktivitas, grup, proses, maupun situasi yang dipelajari (Mudjiyanto, 2018). Penelitian ini ingin menguji hipotesis ada atau tidaknya pengaruh serta seberapa besar signifikansi dari variabel Persepsi (X1), Percaya Diri (X2), dan Tekanan Emosional (X3) terhadap variabel Ketegangan Dialektis (Y). Populasi pada penelitian ini yakni jumlah keseluruhan subjek penelitian yang hendak diteliti, sehingga pada penelitian ini yakni semua *frontliner* (teller dan customer service) di BCA KCU Alam Sutera beserta 5 KCP dan 2 Kantor Kas di bawah kewenangan KCU Alam Sutera yang diberi target penjualan *bancassurance* sejumlah 52 orang. Penelitian dilaksanakan selama bulan Januari 2022 dengan cara menyebarkan kuisioner melalui google formulir kepada responden dengan bentuk

skala model Likert dengan 4 alternatif opsi jawaban yakni “sangat setuju”, “setuju”, “tidak setuju” serta “sangat tidak setuju”. Setelah semua jawaban dari responden terkumpul, data diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS 26 untuk kemudian dijabarkan secara deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dipakai ketika mengukur valid maupun tidaknya kuisioner. Uji validitas menerapkan tingkat signifikansi 5% maupun 0,05 serta *degree of freedom* = $n-2$. Nilai n didapat dari jumlah sampel penelitian yakni 52, sehingga nilai df yakni 50. Sehingga ditemukan bahwasannya nilai r tabel adalah 0,277. Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan dalam pengujian ini, ditemukan bahwa seluruh butir pertanyaan untuk semua variabel pada penelitian ini yakni valid, sebab r hitung $>$ r tabel.

Uji reliabilitas dilaksanakan ketika mengukur konsistensi kuisioner sebagai indikator dari variabel. Uji reliabilitas dilaksanakan dengan memakai Cronbach's Alpha. Nilai dari Cronbach's Alpha bersumber dari uji statistik di SPSS 26. Dari hasil uji reliabilitas terhadap seluruh pertanyaan dalam setiap variabel maka ditemukan hasil bahwasannya keseluruhan butir pertanyaan untuk setiap variabel yakni reliabel sebab nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60.

Uji asumsi klasik dilaksanakan ketika memastikan bahwasannya model yang diperoleh sudah benar sesuai serta memenuhi asumsi dasar pada analisis regresi. Di penelitian ini, ditemukan pengujian asumsi klasik yang mencakup

uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, serta uji regresi linear berganda. Semua pengujian asumsi klasik memakai SPSS 26.

Uji normalitas bertujuan guna mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal maupun tidak. Uji normalitas memakai uji statistik Kolgomorov-Smirnov. Dari hasil pengujian ini ditemukan bahwasannya *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05 yakni senilai 0,151. Berdasarkan hasil tersebut, maka mampu disimpulkan bahwasannya H_0 diterima, yakni data terdistribusi secara normal.

Uji multikolinearitas dilaksanakan ketika mengamati ada maupun tidaknya korelasi yang tinggi antara berbagai variabel bebas pada suatu model regresi linear berganda. Multikolinearitas mampu diamati dari nilai tolerance serta nilai *Variance Inflationary Factor* (VIF). Variabel Persepsi (X1) memiliki nilai tolerance > 0,10 yakni sebesar 0,552 dan nilai VIF yaitu 1,812. Pada variabel Percaya Diri (X2) memiliki nilai tolerance > 0,10 yaitu sebesar 0,790 dan nilai VIF sebesar 1,266. Variabel Tekanan Emosional (X3) memiliki nilai tolerance > 0,10 sebesar 0,664 dan nilai VIF sebesar 1,505. Semua variabel dalam penelitian ini bernilai tolerance > 0,10 serta nilai VIF < 10 sehingga H_0 diterima yakni antara variabel independen dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas dilaksanakan ketika menguji apakah pada suatu model regresi ditemukan ketidaksamaan varians maupun residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Variabel Persepsi (X1) bernilai signifikansi > 0,05 yaitu 0,332. Variabel Percaya Diri (X2) bernilai signifikansi > 0,05 yakni 0,493.

Variabel Tekanan Emosional (X3) bernilai signifikansi > 0,05 yakni sebesar 0,855. Sehingga seluruh variabel di penelitian ini mempunyai nilai signifikansi > 0,05 yang mengindikasikan bahwasannya H_0 diterima yakni seluruh variabel independen di penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

Analisis regresi linear berganda bertujuan guna mengetahui ditemukan maupun tidaknya pengaruh dua maupun lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Berdasarkan hasil pengolahan data dengan aplikasi SPSS 26, Nilai koefisien variabel Persepsi (X1) bernilai positif yakni 0,504. Koefisien yang bernilai positif menandakan terjadinya hubungan positif antara Persepsi (X1) terhadap Ketegangan Dialektis (Y). Nilai koefisien variabel Percaya Diri (X2) bernilai negatif yakni -0,557. Koefisien yang bernilai negatif bermakna terjadi hubungan negatif antara Percaya Diri (X2) terhadap Ketegangan Dialektis (Y). Nilai koefisien variabel Tekanan Emosional (X3) bernilai positif sebesar 0,760. Koefisien yang bernilai positif berarti terjadi hubungan positif antara Tekanan Emosional (X3) terhadap Ketegangan Dialektis (Y).

Koefisien determinasi di penelitian ini digunakan ketika mengukur kemampuan model saat menerangkan variasi variabel independen. Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) senilai 0,710 maupun senilai 71%. Hal tersebut mengindikasikan bahwasannya hubungan antar variabel dependen yakni Ketegangan Dialektis dengan variabel independen berupa Percaya Diri, Persepsi, dan Tekanan Emosional sebesar 71%, sedangkan sisanya

sebesar 29% dipengaruhi dari variabel lainnya yang tidak termasuk di penelitian ini.

Uji simultan (Uji F) dilaksanakan ketika mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel independent dengan variabel dependen. Tingkat signifikansi pada pengujian ini yakni senilai 0,05 maupun 5%. Berdasarkan tabel tersebut, nilai signifikansi ($F < 0,05$) yakni 0,000 maka H_0 ditolak. Hal tersebut membuktikan bahwasannya variabel independen berpengaruh secara signifikan secara simultan terhadap variabel dependen. Nilai F hitung berdasarkan tabel tersebut yakni senilai 32,214. Guna memperoleh nilai F tabel, maka diperoleh dari $df_1 = k - 1$ dan $df_2 = n - k$ di mana nilai K yakni jumlah variabel serta nilai n adalah jumlah sampel, sehingga $df_1 = 4 (5 - 1)$ dan $df_2 = 47 (52 - 5)$. Dengan mengamati tabel F, maka mampu diketahui F tabel sebesar 2,56954. Maka F hitung $> F$ tabel ($32,214 > 2,56954$) sehingga dapat disimpulkan bahwasannya H_0 diterima serta keseluruhan variabel independen di penelitian ini berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan.

Uji T bertujuan guna mengetahui apakah suatu variabel independen secara parsial berpengaruh nyata terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi di pengujian ini yakni 0,05 maupun 5%. Nilai T tabel diperoleh dari $df = n - k - 1$ dengan n sebagai jumlah sampel serta k sebagai jumlah variabel, sehingga nilai $df = 46 (52 - 5 - 1)$. Dengan mengamati tabel T, maka mampu diketahui T tabel sebesar 1,679. Variabel Persepsi (X1) diketahui memiliki T hitung $> T$ tabel ($5,436 > 1,679$) dan tingkat signifikansi $< 0,05$ ($0,05 > 0,000$), hal tersebut

membuktikan H_0 diterima, yang bermakna variabel Persepsi (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Ketegangan Dialektis (Y). Variabel Percaya Diri (X2) diketahui memiliki nilai T sebesar -3,302 sedangkan nilai signifikansi positif (0,002). Tingkat signifikansi untuk variabel Percaya Diri (X2) $< 0,05$ ($0,05 > 0,002$). Hal tersebut membuktikan bahwasannya H_0 diterima yang menandakan bahwasannya variabel Percaya Diri (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Ketegangan Dialektis (Y). Variabel Tekanan Emosional (X3) diketahui memiliki T hitung $> T$ tabel ($4,732 > 1,679$) dan tingkat signifikansi $< 0,05$ ($0,05 > 0,000$), hal tersebut membuktikan bahwasannya H_0 diterima, yang menandakan bahwasannya variabel Tekanan Emosional (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Ketegangan Dialektis (Y).

Berdasarkan hasil pengumpulan data dengan analisis data yang dilaksanakan memanfaatkan aplikasi SPSS 26, maka hasil penelitian yang diperoleh yakni seperti berikut:

Tabel 1 Ringkasan Hasil Penelitian

| No | Variabel | Hipotesis |
|----|------------------------|-------------|
| 1 | Persepsi (X1) | H1 diterima |
| 2 | Percaya Diri (X2) | H2 diterima |
| 3 | Tekanan Emosional (X3) | H3 diterima |

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel 1, maka diketahui bahwasannya seluruh variabel independen di penelitian ini berpengaruh positif serta signifikan terhadap variabel Y. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, mampu diketahui bahwasannya persepsi, percaya diri dan tekanan emosional berpengaruh secara

positif dan signifikan terhadap ketegangan dialektis yang dialami *frontliner* di BCA KCU Alam Sutera dalam mencapai target penjualan *bancassurance*.

Berdasarkan tabel *coefficients* dari hasil analisis regresi linear, diketahui bahwasannya variabel X berpengaruh terhadap variabel ketegangan dialektis (Y) adalah variabel persepsi, percaya diri dan tekanan emosional. Guna mengetahui seberapa besar pengaruh setiap variabel X terhadap variabel Y maka dapat dilihat dengan menentukan variabel yang memiliki nilai β semakin menjauhi nol (0) pada tabel *coefficients* untuk uji analisis regresi linear. Semakin nilai β menjauhi 0, maka variabel tersebut adalah variabel yang paling dominan.

Tabel 2 Urutan Dominasi Variabel X yang Memengaruhi Variabel Y

| Urutan | Variabel | Nilai β |
|--------|------------------------|---------------|
| 1 | Tekanan Emosional (X3) | 0,760 |
| 2 | Percaya Diri (X2) | 0,557 |
| 3 | Persepsi (X1) | 0,504 |

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan urutan pada tabel di atas maka variabel yang paling dominan memengaruhi variabel Ketegangan Dialektis (Y) adalah variabel Tekanan Emosional (X3) dengan nilai β 0,760, lalu disusul dengan variabel Percaya diri (X2) dengan nilai β 0,557 dan Persepsi (X1) dengan nilai β 0,504.

Tekanan emosional mampu dipengaruhi dari berbagai faktor, di antaranya yakni kecemasan dan tekanan. Kecemasan dapat terjadi ketika belum memenuhi target yang telah ditetapkan. Tekanan dapat dirasakan oleh seseorang

apabila seseorang merasa tidak nyaman dalam bekerja dengan adanya target yang telah ditetapkan serta adanya tekanan dari atasan.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang berjudul Hubungan Kecemasan dengan Konflik Interpersonal Siswa SLTP yang akan Menghadapi Ujian Semester Genap, di mana pada penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan kecemasan dengan konflik interpersonal siswa dalam menghadapi ujian semester genap. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebanyak 46 (76,7%) siswa yang akan menghadapi ujian semester genap mengalami kecemasan dan berdampak pada konflik interpersonal yang terjadi (Setyawan et al., 2017).

Hasil dari penelitian terdahulu ini sama dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti bahwa faktor tekanan emosional yang berupa kecemasan dan tekanan dapat memengaruhi ketegangan dialektis yang terjadi berupa konflik yang terjadi dalam proses komunikasi.

Rasa percaya diri dan persepsi juga memengaruhi karyawan untuk menjaga iklim komunikasi yang baik dalam lingkungan pekerjaan serta berpengaruh terhadap ketegangan dialektis dalam mencaapai target penjualan *bancassurance*. Penelitian berjudul "Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Keluarga Berencana Jakarta Barat oleh Irawan dan Venus" meneliti besaran pengaruh iklim organisasi yang mencakup kejujuran, kepercayaan, keterbukaan komunikasi, partisipasi dalam pembuatan keputusan, serta mendengarkan komunikasi pegawai

terhadap kinerja pegawai. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwasannya pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap kinerja pegawai yakni senilai 82,1% (Irawan & Venus, 2016).

Penelitian terdahulu ini memperkuat penelitian peneliti bahwa persepsi dan percaya diri dapat memengaruhi ketegangan dialektis yang terjadi. Persepsi dan percaya diri berupa kepercayaan dan keberanian serta keterbukaan komunikasi. Ketegangan dialektis berupa indikator keterbukaan dalam kejujuran mengungkapkan masukan dan kritik terhadap target penjualan *bancassurance*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, mampu disimpulkan bahwa variabel Persepsi (X1) memiliki tingkat signifikansi $< 0,05$ ($0,05 > 0,00$). Oleh karena itu H1 diterima yaitu persepsi karyawan terhadap atasan, sesama rekan kerja dan produk *bancassurance* yang ditawarkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketegangan dialektis yang dialami frontliner di BCA KCU Alam Sutera dalam rangka mencapai target penjualan *bancassurance*. Percaya Diri (X2) memiliki tingkat signifikansi $< 0,05$ ($0,05 > 0,002$). Oleh karena itu H2 diterima yaitu rasa percaya diri *frontliner* di BCA KCU Alam Sutera dalam menjual produk *bancassurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketegangan dialektis yang terjadi. Tekanan Emosional (X3) memiliki tingkat signifikansi $< 0,05$ ($0,05 > 0,000$). Dengan demikian, H3 diterima yaitu tekanan emosional yang dialami *frontliner* di BCA KCU Alam Sutera dalam mencapai target penjualan *bancassurance* berpengaruh

positif dan signifikan terhadap ketegangan dialektis yang terjadi. Faktor yang paling memengaruhi ketegangan dialektis adalah variabel tekanan emosional dengan nilai β sebesar 0,760. Tekanan emosional terdiri dari kecemasan serta tekanan yang dialami oleh *frontliner* dalam pencapaian target penjualan *bancassurance*. Dalam hal ini, kecemasan yang dialami karyawan yaitu ketika mereka belum mencapai target yang ditetapkan memengaruhi ketegangan dialektis yang terjadi. Ketegangan dialektis yang terjadi berupa tingkat kedekatan karyawan dengan atasan dan sesama rekan kerja berupa batasan komunikasi yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, N. P., Arif, E., & Ningroem, E. R. (2019). MEMAHAMI DIALEKSI KONLIK KERJA DAN PENGALAMAN KOMUNIKASI KARYAWAN DALAM PROSES RESOLUSI KONLIK DI KANTOR IMIGRASI PADANG. *JURNAL JISPO*, 9(1), 297–313.
- Hutauruk, D. M. (2021). *Ini strategi Bank Mandiri dan BCA dorong pertumbuhan bisnis bancassurance*. Kontan.Co.Id. <https://keuangan.kontan.co.id/news/ini-strategi-bank-mandiri-dan-bca-dorong-pertumbuhan-bisnis-bancassurance>
- Irawan, D., & Venus, A. (2016). PENGARUH IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI KANTOR KELUARGA BERENCANA The Effect of Organizational Communication Climate to The

- Employees Performance in the Family Planning. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(2), 122–132.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Teori Komunikasi* (9th ed.). Salemba Humanika.
- Martiana, R. (2018). PENGARUH KOMUNIKASIINTERPERSONAL DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA PENJUALAN BANCASSURANCE. *Jurnal Studia*, 6(1), 109–120.
- Maryanto, T., & Rakhim Syahida, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Di Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 1(1), 34–39. <https://doi.org/10.33366/jkn.v1i1.8>
- Mudjiyanto, B. (2018). TIPE PENELITIAN EKSPLORATIF KOMUNIKASI. *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA*, 22(1), 65–74.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- NASHRULLOH, M. (2019). POLA HUBUNGAN RELASIONAL PADA PASANGAN SEJENIS (SEBUAH PENELITIAN EMPIRIS DENGAN PERSPEKTIF TEORI DIALEKTIKA RELASIONAL). *Jurnal Tabligh*, 20(2), 251–266.
- NN. (2013). *BCA KCU Alam Sutera, Hadir dengan Konsep Baru dan Serba Digital*. Detiknews. <https://news.detik.com/adv-nhl-detikcom/d-2127252/bca-kcu-alam-sutera-hadir-dengan-konsep-baru-dan-serba-digital>
- Nugraha, R., & Maharani, D. (2017). Pola Komunikasi Interpersonal Pembina Lapas Terhadap Warga Binaan Lapas Perempuan Kelas Ii a Palembang. *Jurnal Inovasi*, 11(1), 51–64. <http://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/view/653>
- Pratama, W. P. (2020). Baru 5 Persen Nasabah BCA Manfaatkan Bancassurance, Potensi Masih Besar. <https://finansial.bisnis.com/read/20201215/215/1331129/baru-5-persen-nasabah-bca-manfaatkan-bancassurance-potensi-masih-besar>
- Putra, A., & Lubis, P. (2021). DIALEKTIKA RELASIONAL ORANG TUA DAN ANAK DALAM PROSES BELAJAR DI ERA COVID-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19, 1–10.
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Komunikasi* (29th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Setyawan, S. S., Widiani, E., & Trishinta, S. M. (2017). HUBUNGAN KECEMASAN DENGAN KONFLIK INTERPERSONAL SISWA SLTP YANG AKAN MENGHADAPI UJIAN SEMESTER GENAP. *Nursing News*, 2(3), 21–33. <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fikes/article/view/450/368>
- Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 32/SEOJK.05/2016 tentang Saluran Pemasaran Produk Asuransi Melalui Kerja Sama dengan Bank (Bancassurance). (2016). Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/regulasi/asuransi/surat-edaran-ojk/Pages/Surat->

Edaran-OJK-tentang-Saluran-Pemasaran-Produk-Asuransi-Melalui-Kerja-Sama-Dengan-Bank-(Bancassurance).aspx

Susanto, V. P. (2015). PENGGUNAAN SIMBOL VERBAL DAN NONVERBAL DALAM PEMELIHARAAN HUBUNGAN ASMARA PASANGAN DISABILITAS INTELEKTUAL. *Jurnal Interaksi Online*, 3(1).