PENYEDIAAN MEDIA INFORMASI TRANSAKSI VALUTA ASING SEBAGAI SARANA EDUKASI BAGI PELANGGAN PADA PT BALI TEJA VALUTA

Gde Bayu Surya Parwita[1,*], Ni Kadek Mastini[2], I Gede Putu Eka Budiyasa[3], Dominicus Djoko Budi Susilo[4]

[1,2,3,4]Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: gdebayusurya@unmas.ac.id

ABSTRAK

PT Bali Teja Valuta merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa penukaran valuta asing yang berlokasi di Jalan Bisma, Ubud, Kabupaten Gianyar. Sebagian besar pelanggan merupakan wisatawan mancanegara yang membutuhkan informasi mengenai layanan dan prosedur transaksi valuta asing. Selama ini, PT Bali Teja Valuta telah menyediakan media elektronik berupa televisi yang menampilkan nilai tukar mata uang. Namun, perusahaan belum memiliki media informasi cetak yang memuat informasi mengenai prosedur transaksi dan layanan yang tersedia. Keadaan ini menyebabkan pelanggan masih bergantung pada penjelasan langsung dari petugas dan pertanyaan yang sama sering disampaikan secara berulang. Dalam bentuk permasalahan ini, upaya yang dilakukan adalah menyediakan media informasi transaksi valuta asing berupa standing banner dan brosur berbahasa Inggris sebagai sarana edukasi bagi pelanggan. Kegiatan dilaksanakan melalui observasi, identifikasi kebutuhan, penyusunan materi, perancangan, pencetakan, pemasangan, dan evaluasi media informasi. Media yang dihasilkan memuat informasi mengenai layanan penukaran valuta asing, prosedur transaksi, jenis mata uang yang dilayani, serta informasi penting lainnya. Setelah diterapkan, media informasi membantu pelanggan memperoleh informasi secara mandiri dan membantu petugas dalam menyampaikan informasi secara lebih efektif dan efisien. Dengan demikian, penyediaan media informasi dapat mendukung peningkatan kualitas pelayanan di PT Bali Teja Valuta.

Kata Kunci: media informasi, valuta asing, edukasi pelanggan, *standing banner*, brosur

ANALISIS SITUASI

PT Bali Teja Valuta merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa penukaran valuta asing (money changer) yang berlokasi di Jalan Bisma, Ubud, Kabupaten Gianyar. Lokasinya yang berada di kawasan pariwisata menyebabkan sebagian besar pelanggan merupakan wisatawan mancanegara yang membutuhkan layanan penukaran mata uang asing.

Berdasarkan hasil observasi selama pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, PT Bali Teja Valuta telah menyediakan media elektronik berupa televisi yang menampilkan informasi nilai tukar mata uang (exchange rate). Namun, perusahaan belum memiliki media informasi cetak yang memuat informasi mengenai layanan penukaran valuta asing, prosedur transaksi, serta informasi penting lainnya yang dapat diakses secara mandiri oleh pelanggan. Akibatnya, penyampaian informasi masih bergantung pada penjelasan langsung dari petugas sehingga pelanggan,

khususnya wisatawan mancanegara, masih sering mengajukan pertanyaan yang sama mengenai proses transaksi.

Menurut (Zulvia et al. 2022), kualitas informasi yang disampaikan kepada pelanggan menjadi salah satu aspek yang memengaruhi kepuasan pelanggan karena informasi yang lengkap, akurat, dan mudah dipahami dapat membantu pelanggan memperoleh layanan secara lebih efektif. Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Isnaeningsih et al. 2021) yang menunjukkan bahwa kualitas informasi dan kualitas pelayanan berperan dalam meningkatkan kepuasan pengguna. Selain itu, (Wirani dan Wibasuri 2020) menyatakan bahwa kualitas informasi yang baik dapat mendukung terciptanya kepuasan pelanggan.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui penyediaan media informasi transaksi valuta asing dalam bentuk standing banner dan brosur berbahasa Inggris sebagai sarana edukasi bagi pelanggan. Media informasi tersebut memuat informasi mengenai layanan penukaran valuta asing, prosedur transaksi, serta informasi penting lainnya yang dibutuhkan pelanggan sebelum melakukan transaksi. Melalui kegiatan ini diharapkan pelanggan dapat memperoleh informasi secara mandiri sehingga proses pelayanan menjadi lebih efektif dan kualitas pelayanan di PT Bali Teja Valuta dapat meningkat.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan di PT Bali Teja Valuta, diketahui bahwa perusahaan belum memiliki media informasi cetak yang memuat informasi mengenai layanan dan transaksi valuta asing. Informasi yang diberikan kepada pelanggan masih disampaikan secara langsung oleh petugas sehingga pelanggan, khususnya wisatawan mancanegara, masih sering mengajukan pertanyaan mengenai prosedur transaksi, serta layanan yang tersedia. Kondisi tersebut menyebabkan penyampaian informasi dilakukan secara berulang dan kurang efisien.

Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan yang menjadi fokus dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah bagaimana menyediakan media informasi transaksi valuta asing yang mampu menjadi sarana edukasi bagi pelanggan serta membantu petugas dalam menyampaikan informasi secara lebih efektif di PT Bali Teja Valuta.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra, solusi yang diberikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah penyediaan media informasi transaksi valuta asing dalam bentuk standing banner dan brosur berbahasa Inggris. Penggunaan media informasi yang mudah diakses dapat membantu pelanggan memperoleh informasi secara lebih cepat dan mengurangi ketergantungan terhadap penjelasan langsung dari petugas (Rosadi & Alfani, 2023). Pemilihan media tersebut disesuaikan dengan karakteristik pelanggan PT Bali Teja Valuta yang didominasi oleh wisatawan mancanegara sehingga informasi dapat dipahami dengan lebih mudah.

Penyajian informasi yang mudah dipahami merupakan salah satu aspek penting dalam mendukung kepuasan pengguna terhadap suatu layanan (Marie et al., 2023).

Media informasi yang disusun memuat informasi mengenai layanan penukaran valuta asing, prosedur transaksi, jenis mata uang yang dilayani, serta informasi penting lainnya yang perlu diketahui pelanggan sebelum melakukan transaksi. Selain berfungsi sebagai sarana edukasi bagi pelanggan, media informasi tersebut juga diharapkan dapat membantu petugas dalam menyampaikan informasi secara lebih efektif sehingga proses pelayanan menjadi lebih efisien dan kualitas pelayanan perusahaan dapat meningkat.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di PT Bali Teja Valuta yang berlokasi di Jalan Bisma, Ubud, Kabupaten Gianyar. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui dua tahapan utama, yaitu metode pengembangan media informasi dan metode implementasi program.

Pada tahap pengembangan media informasi, dilakukan penyusunan materi berdasarkan hasil observasi dan identifikasi kebutuhan mitra. Materi yang disusun meliputi informasi mengenai prosedur transaksi valuta asing, serta informasi penting lainnya yang dibutuhkan pelanggan. Selanjutnya dilakukan perancangan media informasi berupa standing banner dan brosur menggunakan bahasa Inggris dengan desain yang sederhana, menarik, dan mudah dipahami sehingga dapat mendukung penyampaian informasi kepada pelanggan.

Tahap berikutnya adalah implementasi program, yaitu pemasangan standing banner pada area pelayanan yang mudah dilihat pelanggan serta penyediaan brosur di meja pelayanan sebagai media informasi pendukung. Setelah media informasi diterapkan, dilakukan pemantauan terhadap pemanfaatannya selama proses pelayanan berlangsung. Selain itu, dilakukan diskusi bersama pihak PT Bali Teja Valuta untuk memperoleh masukan mengenai efektivitas media informasi dalam membantu penyampaian informasi kepada pelanggan. Hasil implementasi tersebut kemudian menjadi bahan evaluasi untuk mengetahui manfaat program kerja yang telah dilaksanakan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian diawali dengan observasi dan koordinasi bersama pihak PT Bali Teja Valuta untuk mengidentifikasi kebutuhan perusahaan terkait media informasi yang dibutuhkan pelanggan. Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa perusahaan telah memiliki media elektronik berupa televisi yang menampilkan nilai tukar mata uang (*exchange rate*), namun belum memiliki media informasi cetak yang menjelaskan prosedur transaksi, serta informasi layanan lainnya.

 ISSN 2963-2552



Gambar 1. Media informasi yang telah tersedia di PT Bali Teja Valuta

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan tersebut, dilakukan penyusunan media informasi berupa *standing banner* dan brosur berbahasa Inggris. Media informasi dirancang dengan tampilan yang sederhana agar mudah dipahami oleh pelanggan, khususnya wisatawan mancanegara. Informasi yang disajikan meliputi prosedur transaksi, layanan yang tersedia, serta informasi kontak perusahaan.



Gambar 2. Proses penyusunan brosur dan *standing banner*

Media informasi yang telah selesai kemudian dicetak dan ditempatkan pada area pelayanan PT Bali Teja Valuta. Standing banner dipasang pada lokasi yang mudah dilihat oleh pelanggan sebelum melakukan transaksi, sedangkan brosur disediakan di meja pelayanan agar dapat dibaca maupun dibawa oleh pelanggan. Penempatan media informasi tersebut bertujuan untuk mempermudah pelanggan memperoleh informasi secara mandiri sebelum berinteraksi dengan petugas. Temuan tersebut sejalan dengan (Ginting et al. 2024) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar 3. Hasil brosur yang telah dicetak

 ISSN 2963-2552



Gambar 4. Peletakan brosur di area meja pelayanan



Gambar 5. Proses pemasangan *standing banner*



Gambar 6. Peletakan *standing banner* di area pelayanan



Gambar 7. Hasil pemasangan *standing banner* yang telah diletakan di area pelayanan



Gambar 8. Penyerahan brosur dan *standing banner* kepada pihak PT Bali Teja Valuta

Berdasarkan hasil implementasi program, media informasi yang telah disediakan mampu membantu proses penyampaian informasi kepada pelanggan. Pelanggan dapat memperoleh gambaran mengenai layanan penukaran valuta asing sebelum melakukan transaksi, sehingga pertanyaan yang bersifat umum dapat diminimalkan. Selain itu, penggunaan bahasa Inggris pada *standing banner* dan brosur memudahkan wisatawan mancanegara dalam memahami informasi yang diberikan. Keberadaan media informasi ini juga membantu petugas dalam memberikan pelayanan yang lebih efektif dan efisien. Kualitas informasi yang baik juga dapat mendukung efektivitas pelayanan karena pelanggan memperoleh informasi yang dibutuhkan sebelum berinteraksi lebih lanjut dengan petugas (Saogo et al., 2024).



Gambar 9. Simulasi penyampaian informasi transaksi menggunakan brosur dan *standing banner* kepada pihak PT Bali Teja Valuta

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program "Penyediaan Media Informasi Transaksi Valuta Asing sebagai Sarana Edukasi bagi Pelanggan pada PT Bali Teja Valuta" telah dilaksanakan dengan baik sesuai dengan program kerja yang telah direncanakan. Seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan materi, pembuatan media informasi, hingga implementasi di lokasi pelayanan dapat terlaksana dengan dukungan dari pihak PT Bali Teja Valuta.

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, penyediaan media informasi dalam bentuk standing banner dan brosur berbahasa Inggris mampu membantu penyampaian informasi mengenai layanan penukaran valuta asing kepada pelanggan secara lebih efektif. Media informasi tersebut memberikan kemudahan bagi pelanggan, khususnya

wisatawan mancanegara, dalam memperoleh informasi mengenai prosedur transaksi, serta layanan yang tersedia tanpa harus selalu bertanya kepada petugas. Selain itu, keberadaan media informasi juga membantu petugas dalam memberikan pelayanan yang lebih efisien karena informasi dasar telah tersedia dan dapat diakses secara langsung oleh pelanggan.

Program pengabdian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi PT Bali Teja Valuta dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk melakukan pembaruan isi standing banner dan brosur secara berkala apabila terdapat perubahan informasi layanan, nilai tukar, maupun kebijakan perusahaan. Selain itu, perusahaan diharapkan tetap menjaga penempatan media informasi pada lokasi yang mudah dilihat dan dijangkau oleh pelanggan sehingga fungsi media sebagai sarana edukasi dan penyampaian informasi dapat berjalan secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

Ginting, S. R. B., Pinandita, C. P., Bakhtiar, Y., Yanuarmawan, D., & Sari, H. P. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas informasi terhadap kepuasan pelanggan di ULP Blangkejeren. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi Bisnis*, *13*(01), 52-59.

Isnaeningsih, H. N., Fitriati, A., Pujiharto, P., & Astuti, H. J. (2021). The influence Quality of information, Sistem Quality and Service Quality on Satisfaction and User Performace. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *12*(2), 266-281.

Lestari, V. (2023). Strategic approaches to marketing management in contemporary business environments. *Advances: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, *1*(5), 255-268.

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. (2023). *Pedoman pelaksanaan KKN*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.

Marie, A. L., Bilqis, L. D. R., Chandra, M. M., & Enggriani, M. (2023). Pengaruh E-Platform Aesthetics, E-Platform Responsiveness, E-Platform Ease of Use, dan E-Platform Information Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi Happy Fresh di Jakarta. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, *7*(1), 66-78.

Nwankwo, C. A., & Kanyangale, M. I. (2022). The evolution from pre-academic marketing thought to the new paradigm of entrepreneurial marketing. *Academy of Strategic Management Journal*, *21*(2), 1-15.

Rosadi, A. A. S., & Alfani, M. (2023). The effect of information quality and service quality on Tokopedia marketplace consumer satisfaction. *International Journal of Integrative Sciences, 2*(9), 1409–1424.

Saogo, W. P., Yanti, S., & Mursal, M. (2024). Pengaruh kualitas layanan, kualitas informasi, dan presepsi harga terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada pengguna aplikasi pos aja! PT. Pos Indonesia Cabang Batam). *Zona Manajerial: Program Studi Manajemen (S1) Universitas Batam, 14*(2), 94-107.

Wirani, M., & Wibasuri, A. (2020, December). The Measurement of Information Quality and E-Service Quality on Customer Satisfaction in Shopee Indonesia. In *Proceeding International Conference on Information Technology and Business* (pp. 214-219).

Zulvia, P., Haryanto, N. D., & Buana, A. A. P. (2022). Peningkatan kepuasan pelanggan melalui perbaikan kualitas informasi di kompas. com. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, *26*(2), 81-94