

KUALITAS KOMUNIKASI TERHADAP PELAYANAN KONSUMEN PRODUKINDIHOME PT.TELKOM AMBON

Oleh:

SANDRA I TELUSSA¹⁾

Email: sandratelussa02@gmail.com

Abstrak

Sandra I Telussa; Kualitas Komunikasi Terhadap Pelayanan Konsumen Produk Indihome PT Telkom Ambon. Penelitian ini merupakan bentuk penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas komunikasi dengan pelayanan konsumen/pelanggan produk Indihome PT.Telkom Ambon. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 28 responden yang penentuannya menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner, observasi, studi dokumentasi serta teknik analisis menggunakan model analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai sig $0.069 > 0.05$ dan nilai T hitung $1.396 > T$ tabel 2.011 yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas komunikasi terhadap pelayanan konsumen produk indihome PT Telkom Ambon. Jadi, semakin efektif implementasi kualitas komunikasi yang dijalankan perusahaan maka pelayanan konsumen yang ada dalam perusahaan akan semakin meningkat.

Kata Kunci : *Kualitas Komunikasi, Pelayanan Konsumen*

A. Latar Belakang

Sebuah perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang beroperasi di bidang yang sama jika dapat menawarkan kepuasan pelanggannya dengan layanannya. Melayani pelanggan berarti tidak hanya mengisi dan memuaskan barang yang dijual, tetapi juga pelanggan puas ketika menerima informasi dan menyampaikan keluhan.

Pelayanan kepada konsumen merupakan salah satu unsur penting untuk memuaskan konsumen selain produk jasa yang disediakan oleh perusahaan kepada konsumen, dengan pelayanan yang prima maka konsumen merasa dihargai dan direspon dengan baik oleh perusahaan terkait dengan kebutuhan, keinginan maupun keluhan-keluhan yang dirasakan konsumen. Bila pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan tidak dilakukan dengan maksimal dan juga kualitas komunikasi yang disampaikan tidak baik maka akan mempengaruhi kepuasan dari konsumen dalam menggunakan jasa dari perusahaan tersebut yang pada akhirnya akan mempengaruhi citra atau images di masyarakat luas.

Pelayanan yang prima dapat dilihat dari perilaku yang hangat, lembut dan juga responsif saat melayani pelanggan maupun dari segi komunikasi yang jelas

¹⁾ Sandra I. Telussa, Dosen Prodi. Ilmu Komunikasi Fisip Unpatti Ambon

dan dapat dipahami oleh pelanggan. Maka dari itu diperlukan suatu standar dalam pelayanan sehingga karyawan dapat mengerti yang harus dilakukan terkait dengan melayani pelanggan baik dari segi perilaku dan juga komunikasi, karena karyawan khususnya *frontliner* merupakan garda terdepan yang bertemu dan berkomunikasi langsung dengan pelanggan maka kualitas komunikasi sangat penting dimiliki oleh karyawan perusahaan tersebut untuk meningkatkan kepuasan dari pelanggan perusahaan tersebut.

Kualitas komunikasi merupakan salah satu keterampilan yang harus dimiliki oleh setiap individu atau karyawan. Salah satu yang terpenting adalah kualitas komunikasi interpersonal, yaitu kemampuan setiap individu atau karyawan untuk berkomunikasi dengan baik dengan pimpinan, rekan kerja dan pelanggan. Komunikasi berlangsung dalam kontak tatap muka (*face to face*) di mana pesan-pesan mengalir melalui saluran-saluran yang bersifat antar personal, seperti dalam percakapan antar orang perorang yang dikenal sebagai komunikasi interpersonal (Dwi, 2013).

Menurut Hardjana (2003), komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung, dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula. Perusahaan juga melakukan komunikasi interpersonal atau komunikasi tatap muka antar karyawan dan juga konsumen, sehingga harus mempunyai kemampuan komunikasi interpersonal yang baik sehingga pesan atau informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik dan tepat oleh pelanggan.

Komunikasi interpersonal dalam sebuah perusahaan dilakukan oleh karyawan kepada konsumen tidak hanya mewakili diri dari karyawan sendiri tapi juga mewakili atau representasi dari perusahaan, maka komunikasi interpersonal harus dilakukan sesuai standar yang ada di perusahaan tersebut sehingga *images* perusahaan dapat terlihat dari karyawan (David dkk 2014).

Pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kotler (2013) menyatakan kepuasan konsumen adalah perasaan senang dan kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya. Pakar di bidang pemasaran telah mengembangkan dimensi pelayanan atau faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan berdasarkan hasil penelitian dan pengalaman terhadap perusahaan. Kepuasan konsumen adalah sikap dimana proses akhir yang diterima sesudah mendapatkan sesuatu sesuai dengan harapan.

PT. Telkom Tbk merupakan salah satu perusahaan BUMN yang menyediakan berbagai fasilitas komunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam sektor telekomunikasi. Perusahaan ini menyediakan layanan yang beragam (*multi service*) yaitu layanan suara (telepon), data (internet) dan gambar (IP-TV) dalam satu jaringan akses atau dikenal dengan layanan *triple-play*. IndiHome merupakan layanan *triple-play* dari Telkom yang terdiri dari Internet on Fiber atau *High Speed Internet*, Phone (Telepon Rumah), dan IPTV (UseTV Cable), dimana jumlah konsumen di Kota Ambon sampai bulan November 2016 sudah mencapai 9.475 konsumen, baik perorangan maupun perusahaan.

¹⁾ Sandra I. Telussa, Dosen Prodi. Ilmu Komunikasi Fisip Unpatti Ambon

B. Permasalahan.

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana **Hubungan Kualitas Komunikasi Terhadap Pelayanan Konsumen Produk Indihome PT.Telkom Ambon**”.

C. Tujuan Penelitian.

Untuk mengetahui hubungan kualitas komunikasi terhadap pelayanan konsumen produk Indihome PT.Telkom Ambon.

D. TINJAUAN PUSTAKA.

1. Teori-Teori Komunikasi

a. *Social Penetration Theory* (Teori Penetrasi Sosial)

Teori penetrasi sosial ini juga dapat diartikan sebagai model yang menunjukkan perkembangan hubungan manusia, yaitu. proses dimana orang mengenal satu sama lain melalui tahap informasi. Pada umumnya informasi sering mengalir saat kita berkomunikasi dengan orang baru yang kita kenal, sehingga lama kelamaan kita mendapatkan informasi yang lebih mendalam.

b. Model komunikasi dua arah

Menurut William J. Seiler, Muhammad (2002) menawarkan model komunikasi dua arah dan bersifat universal. Teori ini berfokus pada aliran komunikasi dua arah antara komunikator dan komunikan dan sebaliknya.

2. Kualitas Komunikasi

Kualitas komunikasi merupakan salah satu keterampilan yang harus dikuasai oleh setiap individu atau karyawan. Salah satu yang terpenting adalah kualitas komunikasi interpersonal, yaitu kemampuan setiap individu atau karyawan untuk berkomunikasi dengan baik dengan pimpinan, rekan kerja dan pelanggan. Menurut pakar komunikasi Joseph de Vito dalam Dwi (2013), komunikasi yang efektif mencantumkan lima ciri komunikasi untuk menjamin efektifitas komunikasi dan menjamin kualitas komunikasi interpersonal yang baik, yaitu: 1) keterbukaan, 2) dukungan, 3) sikap positif, 4) empati dan 5) kesetaraan.

3. Hambatan komunikasi

Hambatan yang dapat merugikan komunikasi (Dwi, 2013):

- Fisik, masalah yang berkaitan dengan ruang fisik dan lingkungan.
- Intelektual, hambatan terkait pengetahuan.
- Hambatan psikologis, yang meliputi penilaian psikologis, emosional, curiga dan menghakimi.
- Budaya, nilai-nilai budaya dan hambatan bahasa.

4. Pelayanan

Fandy Tjiptono (2005) jasa (service) merupakan aktifitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Menurut kotler yang dikutip Toni Wijaya (2011) “jasa atau pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Menurut Swasta (1993) pelayanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan dan bersifat media penghubung antara satu pihak dengan pihak lain dengan maksud dan tujuan tertentu. Definisi diatas mengandung makna bahwa pelayanan adalah sebuah aktivitas yang sifatnya sebagai penghubung antara yang diberikan layanan dengan tujuan yang hendak dicapai.

¹⁾ Sandra I. Telussa, Dosen Prodi. Ilmu Komunikasi Fisip Unpatti Ambon

E. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya berupa angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran data, serta penampilan dari hasilnya (Sugiyono, 2017). Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan mengenai kualitas komunikasi terhadap pelayanankonsumen produk Indihome PT.Telkom Ambon.

2. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk Indihome PT.Telkom Ambon diambil secara acak sebanyak 30 populasi.

3. Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah cara mengambil sampel dari populasi. sedangkan sampel adalah sebagian dari jumlah populasi. Untuk menentukan Sampel yang digunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(d^2)}$$

Keterangan:

n= Besar Sampel

N = Besar Populasi

d=Tingkat Signikansi (ρ)

$$\begin{aligned} n &= N \frac{N}{1 + N(d^2)} \\ &= \frac{30}{1 + 30(0,05^2)} \\ &= \frac{30}{1 + 30(0,0025)} \\ &= \frac{30}{1 + 0,075} \\ &= \frac{30}{1,075} = 28 \end{aligned}$$

Maka jumlah sampel yang diperlukan sebanyak 28 responden.

4. Pengujian dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif dan statistik sebagai rancangan analisis data yang diperoleh melalui penggunaan data primer dari hasil kuesioner. Kuesioner pada penelitian ini memakai skala *likert* dimana variabel dalam penelitian ini akan dijabarkan

menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan tolak ukur dalam penyusunan pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner. Hasil dari data yang didapat akan diolah dan diberi penjelasan sesuai data yang berkaitan dengan kualitas komunikasi terhadap pelayanan konsumen produk Indihome PT.Telkom Ambon. Analisis data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 16.00 for windows.

F. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini akan dilakukan analisis deskriptif dan analisis statistik untuk menguraikan bagaimana pengaruh antara kualitas komunikasi terhadap pelayanan konsumen. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan melakukan analisis tanggapan dari responden pada penelitian ini untuk setiap pertanyaan yang diberikan sebagai bentuk perwakilan dari variabel didalam penelitian ini. Total data yang diperoleh berjumlah 28 orang. Data penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen produk Indihome PT.Telkom Ambon.

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) adalah perusahaan informasi, komunikasi, serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia. Pada awalnya dikenal sebagai sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf atau nama (JAWATAN) diubah menjadi perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi. Pada tahun 1974 PN Telekomunikasi disesuaikan menjadi Perusahaan Umum Telekomunikasi (Perumtel) yang menyelenggarakan jasa.

Telekomunikasi nasional maupun internasional. Pada tanggal 14 November 1995 diresmikan PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA sebagai nama perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Telkom merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang sahamnya saat ini dimiliki oleh pemerintah Indonesia (51,19%) dan oleh publik sebesar (48,81%). Sebagian besar kepemilikan saham publik 45,58% dimiliki oleh Investor asing, dan sisanya 3,23% oleh Investor dalam Negeri. Telkom juga menjadi pemegang saham mayoritas di 9 anak perusahaan termasuk PT. Telekomunikasi Seluler (TELKOMSEL).

Data karakteristik responden berdasarkan usia diketahui bahwa sebanyak 15 orang (53,57%) responden berusia 41-50 tahun. Sebanyak 8 orang (28,57%) responden berusia lebih dari 31 — 40 tahun. Dan sebanyak 5 orang (17,86%) responden berusia lebih dari 50 tahun.

Maka hasil penelitian menunjukkan bahwa ada keterhubungan yang signifikan antara individu atau karyawan dengan kualitas pelayanan. . Salah satu yang terpenting adalah kualitas komunikasi interpersonal yaitu kemampuan setiap individu atau karyawan untuk berkomunikasi baik dengan pimpinan, rekan kerja dan juga para pelanggan. Komunikasi adalah suatu proses baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan. Pengertian komunikasi ini paling tidak melibatkan dua orang atau lebih dengan menggunakan cara-cara berkomunikasi yang biasa dilakukan oleh seseorang seperti melalui lisan, tulisan maupun sinyal-sinyal non verbal.

Pelayanan Konsumen merupakan ujung tombak perusahaan dalam melayani

pelanggan dan menjual produk atau jasa yang ditawarkannya merupakan divisi layanan pelanggan terdepan. Peran customer service sangat penting dalam perusahaan. Saat berkomunikasi langsung dengan pelanggan, customer service representative harus selalu bersikap ramah, sopan, siap mendengarkan apa yang dikatakan dan dikatakan pelanggan, melayani dengan sabar dan tidak menunda-nunda pelaksanaan pelayanan secara langsung. Selain itu, customer service representative juga harus bisa melayani pertanyaan pelanggan. Dengan cara ini, ia diharapkan dapat mempertahankan pelanggan tetap dan mengundang mereka yang belum menjadi pelanggan. Fungsi dan tanggung jawab layanan pelanggan harus benar-benar dipahami sehingga mereka dapat melakukan tugasnya dengan sempurna.

Hasil analisis penelitian menunjukkan nilai sig $0,069 > 0,05$ dan nilai T hitung $1,396 > T$ table 2.011 yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas komunikasi terhadap pelayanan konsumen produk indihome PT Telkom Ambon. Jadi, semakin efektif implementasi kualitas komunikasi yang dijalankan perusahaan maka pelayanan konsumen yang ada dalam perusahaan akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan David dan MC Ninik (2014) yang menjelaskan ada hubungan antara kualitas komunikasi interpersonal dengan kepuasan pelayanan. Sementara itu penelitian Enggarayu dan Miftahun (2012) membuktikan bahwa hipotesis yang berbunyi ada pengaruh positif komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima. Semakin tinggi kemampuan komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan, maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Sebaliknya, semakin rendah kemampuan komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan, maka semakin rendah pula kepuasan konsumen. Selain itu, didapatkan hasil bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Namun kualitas pelayanan lebih besar dalam memberikan sumbangannya daripada komunikasi interpersonal sehingga kualitas pelayanan lebih berperan dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen.

G. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan untuk menguji hipotesis, maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

Hasil analisis penelitian menunjukkan nilai sig $0,069 > 0,05$ dan nilai T hitung $1,396 > T$ table 2.011 yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas komunikasi terhadap pelayanan konsumen produk indihome PT Telkom Ambon. Jadi, semakin efektif implementasi kualitas komunikasi yang dijalankan perusahaan maka pelayanan konsumen yang ada dalam perusahaan akan semakin meningkat.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak PT. Telkom Ambon agar lebih ditingkatkan pelayanannya untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan kepuasan konsumen.
2. Bagi pihak PT. Telkom Ambon untuk selalu memperhatikan faktor yang dapat mempengaruhi kualitas komunikasi sehingga dapat berdampak pada pelayanan konsumen di PT. Telkom Ambon.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat dilakukan penelitian dengan variabel bebas lain, sehingga variabel yang mempengaruhi terhadap pelayanan konsumen di PT. Telkom Ambon dapat teridentifikasi lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2016. Mengukur Kualitas Pelayanan (Cetakan ke 1 ed.). Yogyakarta: BPFEE.
- Arikunto, Suharsimi. 2017. Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Chow, I. H. S., Lau, V. P., Lo, T. W. C., Sha, Z., & Yun, H. 2007. Service quality in restaurant operations in China: Decision and experiential-oriented perspectives. *International Journal of Hospitality Management*. Vol. 26, No. 3, 698 — 710.
- David Iknu Kusuma & MC Ninik Sri Rejeki. 2014. Hubungan Kualitas Komunikasi Interpersonal Dengan Kepuasan Pelayanan Berstandar Hebat Di Fifgroup Cabang Yogyakarta. Yogyakarta : Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Dwi Novel Putri Yanti. 2013. Kualitas Komunikasi Pelayanan Customer Service Di Pt. Indosat, Tbk Balikpapan. *eJournal Ilmu Komunikasi Vol 1 No 2*. Samarinda : Universitas Mulawarman
- Enggarayu Weningtyas. 2012. Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Psikologika Vol17 No1*. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
- Gilbert, G. R., & Veloutsou, C. 2006. A cross-industry comparison of customersatisfaction. *Journal of Service Marketing*. Vol. 5, No. 4, 298 — 308.
- Hardjana, Agus. 2003. Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal. Yogyakarta : Kanisius.
- Kotler, P & Gary Armstrong.2013. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Ke12 Jilid I.Jakarta : Erlangga.
- Kunandar. 2012. Langkah Mudah Penelitian Tindakan Kelas. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Muhammad, Arni. 2002. Komunikasi Organisasi. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nasution. 2010. Manajemen Jasa Terpadu. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Putri, N. M., & Arry, W. (2016, Desember). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Indihome pada Wilayah Antapani Kota Bandung. *e- Proceeding of Management*, Vol. 3, No. 03, 3596-3603.
- Rahmayanty, Nina. 2012. Manajemen Pelayanan Prima. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rowter, K. (2017, April). Perang Tarif Broadband Murah, Operator Bisa

- Bangkrut. Kompas.com. Retrieved from Perang Tarif Broadband Murah, Operator Bisa Bangkrut.
- Sudaryono. 2010. Teori Dan Aplikasi dalam Statistik. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sungadji, Etta Mamang. Sopiiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi.
- Suwartono. 2014. Dasar-dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Wahab, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Indutri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru. *Kajian Ekonomi Islam*, 2(1), 55-70
- Wang, Y., & Lo, H.-P. (2006). Service Quality, Customer Satisfaction and Behavior Intentions: Evidence from China's Telecommunication Industry. *Volume 4(Number 6)*, 50-60.