

HUBUNGAN PELATIHAN DENGAN KEMAMPUAN KOMUNIKASI KARYAWAN PADA PERUSAHAAN CIRCLE K CABANG MAKASSAR

Aswar

Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia Timur, Makassar
aswar.phobia@gmail.com

ABSTRAK

Persoalan sumber daya manusia (kemampuan komunikasi) yang kurang handal dalam mengelolah dan memberikan pelayanan kepada pelanggan akan mengakibatkan ketidakpuasan pada pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan bentuk dan isi materi pelatihan dengan kemampuan komunikasi serta melihat hubungan kemampuan komunikasi karyawan dengan kepuasan pelanggan di Circle K Cabang Makassar. Penelitian ini dilaksanakan pada karyawan Circle K Cabang Makassar. Penelitian lapangan (*Field Research*), dengan menggunakan pendekatan metode penelitian *mixed method* dengan tehnik kualitatif dan kuantitatif. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 102 karyawan. Data dikumpulkan melalui wawancara dan kuesioner. Selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teknik triangulasi data dan teknik korelasi produk momen. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa antara materi dan bentuk pelatihan memiliki hubungan dengan kemampuan komunikasi di dalam membentuk sikap dan perilaku serta menambah pengetahuan di dalam melayani pelanggan. Selanjutnya hasil penelitian juga menunjukkan kemampuan komunikasi karyawan dengan kepuasan pelanggan dengan kofesien korelasi *P-value* 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dengan tingkat hubungan sebesar 78,8% yang dikategorikan kuat.. Disimpulkan bahwa pelatihan dengan memperhatikan bentuk dan isi pelatihan sangat berarti terhadap kemampuan komunikasi yang memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan. Diharapkan adanya pelatihan yang terkhusus untuk meningkatkan kemampuan komunikasi, sehingga karyawan dapat memberikan pelayanan sebaik mungkin di dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: pelatihan, kemampuan komunikasi, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

The issue of human resources (communication skills) are less reliable in the manage and provide service to customers will result in customer dissatisfaction. The purpose of this research was to determine the relationship of form and content of the training material with the ability to see the relationship of communication and communication skills of employees with customer satisfaction at the Circle K Makassar Branch. The research was conducted in Makassar Branch Circle K employees. Research field (Field Research), using the mix method research methods with qualitative and quantitative techniques. The number of samples in this study were 52 employees. Data were collected through interviews and questionnaires. Then analyzed the data using triangulation techniques and product moment correlation technique. Observations and interviews showed that between matter and form relationships with training in communication skills in shaping attitudes and behaviors as well as increase knowledge in serving customers. Furthermore, the results also demonstrate the ability of employee communication with customer satisfaction with cohesion correlation P-value of 0.000 is less than 0.05. It was concluded that training with attention to the form and content of the training is very meaningful to the communication skills that have relationships with customer satisfaction. It is expected that training, particularly in view to improve communication skills, so employees can deliver the best possible service in the boost customer satisfaction.

Keywords: training, communication skills, customer satisfaction.

A. PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial dalam kesehariannya yang selalu melakukan proses interaksi dan berkomunikasi. Karena tanpa komunikasi, maka interaksi tidak akan terjadi, begitu juga sebaliknya. Komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian ide atau gagasan kepada seseorang dengan tujuan tertentu. komunikasi maka kita akan mengetahui sikap, keinginan dan perasaan seseorang.

Komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan kepada seseorang baik secara verbal maupun non-verbal, dengan tujuan untuk mempengaruhi atau mengetahui sikap dan perasaan seseorang. Dengan adanya komunikasi, maka seseorang bisa berhubungan dengan individu, kelompok atau organisasi tertentu. Mengingat begitu pentingnya komunikasi, maka komunikasi merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam setiap keseharian manusia. Seperti yang dikatakan oleh Everett (dalam Cangara, 2011), bahwa komunikasi merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti hanya bernafas. Sepanjang manusia ingin hidup, maka ia perlu berkomunikasi. Oleh karena itu salah satu yang harus dimiliki oleh individu adalah kemampuan untuk berkomunikasi untuk mengoptimalkan kemampuannya dalam setiap proses interaksi.

Kemampuan komunikasi adalah tingkat keterampilan penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu dan mengubah sikap, pendapat atau perilaku secara keseluruhan baik secara langsung dengan lisan maupun tidak langsung (Purwanto, 2006 : 20). Karena kemampuan komunikasi merupakan salah satu keterampilan yang dimiliki oleh seseorang maka perlunya seseorang meningkatkan kemampuan komunikasinya dengan cara melakukan pelatihan atau ikut dalam suatu program yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan individu.

Pelatihan menurut Rivai dan Sagala (2009:212) adalah proses secara sistematis mengubah tingkah laku karyawan untuk mencapai tujuan organisasi. Pelatihan berkaitan dengan keahlian dan kemampuan karyawan untuk melaksanakan pekerjaannya. Oleh karena itu salah satu item yang menjadi perhatian perusahaan Circle K adalah meningkatkan kemampuan komunikasi karyawan dalam meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.

beberapa perusahaan yang kurang menyadari akan pentingnya kemampuan komunikasi karyawan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, mengakibatkan perusahaan tersebut mendapat komlen dari konsumen. Berdampak pada proses penjualan dan pada akhirnya menyebabkan perusahaan tersebut tutup.

Menyadari hal tersebut maka Circe K Cabang Makassa, memberikan perhatian khusus dalam meningkatkan kemampuan karyawan, hal tersebut terlihat, dalam disetiap sesi pelatihan mulai dari tahap bacin sampai kepada intermedit selalu menyisipkan materi yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi karyawan. Hal tersebut berdasarkan penjelasan HRD Circle K Cabang Makassar pada saat Wawancara dilakukan:

Kami disini selalu memberikan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan. Salah satu usaha yang kami lakukan adalah meningkatkan kemampuan komunikasi karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan mulai dari karyawan biasa sampai kepada survivor, sampau kepada level manager, sehingga materi kemampuan komunikasi selalu disisipka disetiap sesi pelatihan.

Hal ini menunjukkan bahwa dalam proses peningkatan kualitas sumberdaya manusia di perusahaan Circle K Cabang Makassar salah satu fokus utamanya adalah kemampuan komunikasi karyawan. Melalui pelatihan diharapkan kemampuan karyawan bisa meningkat

khususnya kemampuan komunikasi, dengan tujuan untuk meningkatkan pelayanan yang sesuai visi dan misi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti ingin melihat hubungan Pelatihan dengan Kemampuan Komunikasi Karyawan Perusahaan Circle K Cabang Makassar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan pelatihan dengan kemampuan komunikasi di perusahaan Circle K Cabang Makassar. Penelitian ini dilaksanakan di kantor dan semua toko Circle K Cabang Makassar.

B. METODE PENELITIAN

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di kantor dan toko Circle K Cabang Makassar, Bulan Januari – Mei 2016.

2. Populasi dan Teknik Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja di seluruh toko Circle K Cabang Makassar sebanyak 108 orang. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random sampling* dengan metode eksidental sampling (Sugiono, 2012). Penentuan besaran jumlah sampel responden yang tersedia dipilih dengan menggunakan menggunakan rumus Slovin (dalam Bungin, 2013). Rumusnya adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

E = persentase kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir dimana ditetapkan 10%

Berdasarkan jumlah populasi karyawan periode Maret 2016 sebanyak 108 dengan menggunakan rumus Solvin dan tingkat kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir ditetapkan 5 % maka jumlah sampel dalam penelitian diperoleh 102 orang karyawan.

3. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disusun dalam bentuk pernyataan dengan mengikuti Skala Likert yang telah dimodifikasi. Selanjutnya pengujian instrumen penelitian dilakukan berdasarkan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik korelasi Pearson atau sering juga disebut Korelasi *Product Momen*, merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis asosiatif (uji hubungan) dua variabel bila data berskala interval atau rasio. Data yang diperoleh dalam penelitian ini dengan menggunakan data statistik dengan menggunakan SPSS 20.

C. HASIL PENELITIAN

5. Karakteristik Sampel

Jumlah subjek yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan bisa dilihat pada tabel 1 dimana perempuan lebih tinggi sebanyak 62 orang (60,78%) dibanding subjek berjenis kelamin laki-laki sebanyak 40 orang (39,22%). Sedangkan diperoleh gambaran bahwa jumlah subjek yang terbesar berasal dari peserta pelatihan tingkat *Intermediate* sebanyak 44 orang (42,30%), 29 orang (28,85%) berasal dari peserta pelatihan tingkatan *advance*, dan subjek yang dari pelatihan tingkatan *basic* sebanyak 29 orang (28,85%). Sedangkan untuk menjawab pertanyaan kualitatif, maka adapun karakteristik dalam pemilihan informan yaitu: untuk informan adalah orang yang mengetahui prosedur pelatihan seperti merencanakan dan melaksanakan pelatihan dan peserta pelatihan yang pernah mengikuti pelatihan.

6. Analisis Uji Hipotesis

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh kemampuan komunikasi karyawan dengan kepuasan pelanggan pada perusahaan Circle K Cabang Makassar. Berdasarkan data yang masuk sebanyak 102 responden dengan menggunakan SPSS 20.00 maka harus memenuhi persyaratan yaitu validitas dan reabilitas, uji normalitas, homogenitas dan kemudian uji korelasi produk momen.

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data yang diperoleh untuk variabel kepuasan pelanggan memperoleh $K-S-Z = 1,268$ dengan signifikan sebesar $0,08$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $p > 0,05$ ($0,08 > 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebaran data memiliki distribusi normal. Dan variabel kemampuan komunikasi memperoleh $K-S-Z = 1,600$ dengan signifikan sebesar $0,12$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $p > 0,05$ ($0,12 > 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebaran data memiliki distribusi normal.

Hasil uji linieritas menunjukkan bahwa uji linieritas antara kemampuan komunikasi dengan kepuasan pelanggan diperoleh nilai $F_{linierity} = 0,000$, signifikansi (p) = $0,005$ ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi dan kepuasan pelanggan memiliki korelasi yang searah (linier). Hasil uji homogenitas menunjukkan populasi penelitian bervariasi sama dengan nilai *Levene statistic* = $0,645$ signifikansi (p) = $0,824$ ($p > 0,05$).

Berdasarkan hasil uji korelasi dari 102 responden bisa dilihat di tabel 3 dapat dijelaskan bahwa besar nilai signifikan (2-tailed) adalah $0,000$, angka ini lebih kecil daripada $0,05$. Hasil tersebut dimaksudkan bahwa ada korelasi yang signifikan antara kemampuan komunikasi dengan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis awal diterima bahwa ada hubungan antara kemampuan komunikasi dengan kepuasan pelanggan dengan signifikansi sebesar $0,000$ artinya memiliki hubungan yang kuat dengan nilai distribusi sebesar $77,8$.

D. PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan bentuk dan materi pelatihan dalam meningkatkan kemampuan komunikasi karyawan, selain itu juga hubungan korelasi yang telah dilakukan oleh peneliti dapat dijelaskan bahwa besar nilai signifikan (2-tailed) adalah $0,000$, angka ini lebih kecil daripada $0,05$. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku, hasil tersebut dimaksudkan bahwa ada korelasi yang signifikan antara kemampuan komunikasi dengan kepuasan pelanggan.

Hubungan materi dan pelatihan terhadap kemampuan komunikasi, peneliti melihat bahwa secara kolektif kemampuan komunikasi karyawan meningkat karena adanya perbedaan pengetahuan di tiap tingkatan pelatihan. Namun secara individu kemampuan

komunikasi untuk tiap karyawan ada karyawan yang memperoleh nilai lebih tinggi dibandingkan dengan karyawan yang berada pada tingkatan *basic* dan *advance*. Ada juga nilai *intermediate* yang paling rendah dibandingkan dengan *basic*. Hal tersebut disebabkan karena ada beberapa faktor yang mempengaruhi kemampuan berkomunikasi karyawan diantaranya: pengetahuan, motivasi dan sikap.

Hal tersebut diatas senada dengan yang diungkapkan oleh Bran Spitzberg dan Wiliam Cupach (dalam Payne, 2005) membagi tiga komponen kompetensi komunikasi seorang komunikator yaitu; 1) *Knowledge*, untuk mencapai tujuan dari komunikasi, komunikator harus memiliki pengetahuan yang dibutuhkan dalam berkomunikasi secara efektif dan tepat. 2) *Motivation*, merupakan hasrat atau keinginan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. 3) *Sikap*, meliputi tindakan nyata dan perilaku merupakan kemampuan seseorang dalam mengelola perilaku yang diperlukan dalam berkomunikasi secara tepat dan efektif. Kemampuan ini meliputi beberapa hal seperti *other orientation*, *sosial anxiety*, dan *expressiveness*.

Selanjutnya, hasil yang diperoleh menunjukkan adanya hubungan antara kemampuan komunikasi karyawan dengan kepuasan pelanggan di Circle K cabang Makassar. Hasil penelitian di ini sejalan dengan penelitian Mirah (2011), hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* (WOM) pasien rawat jalan di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar.

Berdasarkan hasil data diatas peneliti melihat hubungan yang sangat kuat antara kemampuan komunikasi karyawan dalam hal ini pelayanan yang diberikan oleh karyawan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin bagus kemampuan komunikasi karyawan maka kepuasan pelanggan semakin tinggi. Sebaliknya semakin kurang baik kemampuan komunikasi karyawan maka akan semakin kurang puas pelanggan.

Menurut Sitinjak dkk., (2004) kualitas layanan (*service quality*) sangat bergantung pada tiga hal, yaitu: sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia memberikan kontribusi yang sangat besar, sehingga kualitas layanan lebih sulit ditiru dibandingkan dengan kualitas produk dan harga. Oleh karena pembinaan sumber daya manusia yang diberikan oleh Circle

K memiliki peranan yang sangat penting dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Dalam hal ini Circle K berusaha untuk meningkatkan kemampuan komunikasi karyawan dalam melayani pelanggan. Untuk meningkatkan kemampuan komunikasi seseorang menurut Bran Spitzberg dan Wiliam Cupach (dalam Payne, 2005) membagi tiga komponen kompetensi komunikasi seorang komunikator yaitu, 1) *Knowledge*, untuk mencapai tujuan dari komunikasi, komunikator harus memiliki pengetahuan yang dibutuhkan dalam berkomunikasi secara efektif dan tepat. 2) *Motivation*, merupakan hasrat atau keinginan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. 3) *Sikap*, meliputi tindakan nyata dan perilaku merupakan kemampuan seseorang dalam mengelola perilaku yang diperlukan dalam berkomunikasi secara tepat dan efektif. Oleh karena itu, Circle K melakukan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi karyawan dengan harapan agar karyawan dapat memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin sehingga kepuasan pelanggan bisa tercapai. Karena pada dasarnya dengan adanya pelatihan perusahaan bisa mengembangkan pengetahuan, keterampilan dan sikap karyawan.

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan pasti akan melibatkan proses komunikasi. Proses komunikasi yang terjadi antara karyawan dengan pelanggan dengan menggunakan proses komunikasi secara primer, karena jelas antara karyawan dan pelanggan terjadi proses komunikasi dalam situasi tatap muka, dimana tanggapan komunikasi akan dapat segera diketahui dan umpan balik yang terjadi secara langsung oleh karena itu komunikasi karyawan memiliki peran yang sentral dalam menentukan kepuasan pelanggan.

Pendapat diatas diperkuat oleh menurut Nickles (dalam Dharmmesta, 2008) komunikasi pemasaran merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual yang sangat membantu dalam pengambilan keputusan dibidang pemasaran, serta mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengan cara menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik.

Definisi diatas menyatakan bahwa komunikasi kemampuan komunikasi merupakan aspek yang sangat berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Pelanggan dan karyawan sebagai pihak yang terlibat dalam proses komunikasi akan mendengarkan, beraksi dan berbicara sehingga tercipta hubungan pertukaran yang memuaskan. Jadi kemampuan

komunikasi karyawan sangat menentukan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan khususnya di Circle K yang bergerak dibidang jasa.

Dengan kemampuan komunikasi karyawan yang terdiri dari pengetahuan, motivasi dan sikap terbuka dalam melayani pelanggan akan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Oleh karena itu, Circle K selalu berusaha meningkatkan kemampuan komunikasi karyawan melalui pelatihan yang dilaksanakan oleh Circle K Cabang Makassar. Demi untuk terciptanya pelayanan maksimal kepada pelanggan sesuai dengan visi dan misi Circle K.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kemampuan komunikasi karyawan memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan. Ada hubungan yang signifikan antara kemampuan komunikasi dengan kepuasan pelanggan. Komunikasi pelanggan merupakan hal yang sangat berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin bagus kemampuan komunikasi karyawan, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Oleh karena itu, sebaiknya karyawan selalu berusaha meningkatkan kemampuan komunikasinya dengan cara mengikuti pelatihan dan menginternalisasikan visi dan misi perusahaan kedalam diri setiap karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin B. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Tujuh. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dharmmesta B. (2008). *Manajemen Pemasaran Analisis Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Gerson R. F. (2004). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Johor Darul Takzim, Malaysia: Pelangi Sdn. Bhd
- Mirah A.P.(2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Word Of Mouth Studi Kasus Pasien Rawat Jalan Di Wing Amerta Rsup Sanglah Denpasar* (Tesis). Denpasar: Universitas Udayana.
- Payne H. J. (2005). Reconceptualizing Social Skills in Organizations : Exploring the Relationship Between Communication Competence. Job performance and supervisory roles. *Journal of Leadership & Organizational Studies* , Vol 11, No. 2.
- Rivai V. & Sagala E. L. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Jakarta: PT . Raja Grafindo Persada.
- Sitinjak T. (2004). *Model Matriks Konsumen Untuk Menciptakan Superior Customer Value*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tangkisan H.N. (2007). *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Grasindo (<http://www.suamerdeka.com>, akses tanggal 20 Juni 2014)

Tabel 1. Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Total	Persentase
Laki-Laki	40	39,22%
Perempuan	62	60,78%
Total	102	100%

Tabel 2. Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Tingkatan Pelatihan

Tingkatan Pelatihan	Total	Persentase
Basic	29	28,85%
Intermediate	44	42,30%
Advamce	29	28,85%
Total	102	100%

Tabel 3. Hasil Uji Korelasi Kempuan Komunikasi Karyawan Dengan Kepuasan Pelanggan

		Kemampuan Komunikasi	Kepuasan Pelanggan
Kemampuan Komunikasi	Pearson Correlation	1	.778**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	260	260
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	260	260

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)