

HUBUNGAN PELATIHAN DAN KEMAMPUAN KOMUNIKASI KARYAWAN SERTA KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN CIRCLE K CABANG MAKASSAR

Aswar¹, Tawany Rahamma², Tuti Bahfiarti³

¹Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia Timur, Makassar.

²Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Makassar.

³Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Makassar

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

Abstrak

Persoalan sumber daya manusia (kemampuan komunikasi) yang kurang handal dalam mengelola 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 teknik kualitatif dan kuantitatif. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 52 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 koefisien korelasi P-value 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. 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

PENDAHULUAN

Pelanggan merupakan pengguna produk yang menjadi target dari pemasaran suatu produk atau jasa. Apabila keinginan pelanggan tidak direspon dengan baik dan cepat, maka pelanggan akan beralih kepada perusahaan lain yang memberikan pelayanan yang lebih baik. Menurut Gerson (2004), seorang pelanggan yang kecewa akan bercerita kepada 10 orang lain, dan 13% dari mereka akan bercerita kepada 20 orang tentang masalahnya. Sedangkan pelanggan yang senang atau yang keluhannya diselesaikan akan bercerita kepada 3-5 orang tentang pengalaman positif mereka. Dengan demikian sifat pelayanan adalah pelayanan yang dikendalikan oleh pelanggan, maka setiap perusahaan harus berusaha untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada pelanggannya. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas-aktivitas orang lain secara langsung menurut Moenir (dalam Tangkisan, 2007). Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara. Saat ini banyak minimarket yang tidak mampu bersaing dengan minimarket yang lain. Karena persoalan sumber daya manusia yang kurang handal mengelolah dan memberikan pelayanan maksimal kepada pelanggan sehingga kepuasan pelanggan tidak tercapai. Salah satunya adalah swalayan Jaya Guna, menurut Manajer Personalia Yoga Mulyono mengemukakan, kebangkrutan yang menimpa Swalayan Jaya Guna disebabkan oleh beberapa faktor. Selain masalah penyimpangan manajemen yang dilakukan dua manajer, usaha ini juga dianggap kurang mampu bersaing dengan swalayan lain di Kota Bumiayu. Salah satu minimarket yang sering mendapatkan

komplain dari pelanggan adalah Alfa Mart, pada umumnya pelanggan komplek karena pelayanan karyawan yang sangat buruk, harga yang tak pernah diperbaharui, kecerobohan kasir dalam menghitung harga barang, dan tinta struk yang kurang jelas. Salah satu program pengembangan sumber daya manusia yang sering dilaksanakan adalah program pelatihan. Menurut Rivai dan Sagala (2009) pelatihan adalah proses secara sistematis mengubah tingkah laku karyawan untuk mencapai tujuan organisasi. Pelatihan berkaitan dengan keahlian dan kemampuan karyawan untuk melaksanakan pekerjaannya. Dengan melaksanakan pelatihan yang tepat diharapkan peserta pelatihan dapat memperbaiki pelayanan yang maksimal kepada pelanggan. Pelatihan memberikan berbagai manfaat, baik kepada perusahaan maupun karyawan itu sendiri. Bagi karyawan, pelatihan memberi manfaat seperti tambahan pengetahuan, keterampilan kerja, peningkatan prestasi kerja, dan sebagainya. Sedangkan bagi perusahaan, mereka juga memperoleh manfaat lebih seperti terjaganya stabilitas perusahaan dan karyawan. Perusahaan yang saat ini melaksanakan program pelatihan adalah Circle K. Pelatihan yang diterapkan oleh Circle K bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang perusahaan dan produk-produk yang dijual oleh perusahaan, pembentukan keterampilan dan sikap dan nilai-nilai yang ada dalam perusahaan. Dengan adanya pengetahuan tentang produk dan nilai-nilai diharapkan bisa membentuk kemampuan komunikasi yang maksimal, sehingga memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada pelanggan, agar pelanggan merasa puas dan akan kembali lagi untuk berbelanja di toko tersebut. Kemampuan komunikasi merupakan bagian yang selalu mendapatkan perhatian khusus oleh Circle K di setiap tingkatan program pelatihan. Kemampuan komunikasi menjadi

salah satu materi utama dan wajib dikuasai oleh setiap karyawan yang mengikuti pelatihan. Misalnya dalam pelatihan *basic* untuk posisi *customer servis*, materi kemampuan komunikasi disajikan dalam pelatihan hari kedua, mulai dari bagaimana penampilan karyawan yang sesuai dengan standar perusahaan, dan cara memperlakukan pelanggan (menyapa dan melayani pelanggan) dengan baik. Tujuannya agar karyawan memiliki kemampuan komunikasi, sehingga pelanggan yang dilayani bisa merasakan kepuasan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik mengkaji hubungan Pelatihan dan Kemampuan Komunikasi Karyawan Serta Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Circle K Cabang Makassar. 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.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di kantor Circle K Cabang Makassar, ruangan manajemen pelatihan dan seluruh Toko Circle K cabang Makassar pada Bulan April–Juni 2014.

Populasi dan Teknik Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja di seluruh toko Circle K Cabang Makassar sebanyak 108 orang. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sample random sampling* (Sugiono, 2012). Yaitu teknik

pengambilan anggota sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Tahap berikutnya adalah 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 April 2014 sebanyak 108 dengan menggunakan rumus Solvin dan tingkat kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir ditetapkan 10 % maka jumlah sampel dalam penelitian diperoleh 52 orang karyawan.

Untuk menjawab materi, bentuk pelatihan dan hubungannya dengan kemampuan komunikasi. Pengambilan sampel penelitian kualitatif dilakukan informan ditentukan dengan teknik "*purposive sampling*". Pada informan pokok (internal) yang terdiri dari Kepala HRD, staff manajemen training dan karyawan yang telah melakukan pelatihan di Circle K Cabang Makassar.

Metode Pengumpulan Data

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

Validitas dan Uji Reliabilitas. Untuk menjawab pertanyaan kualitatif digunakan metode observasi, wawancara serta studi dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini digunakan dua metode untuk penelitian kualitatif digunakan teknik triangulasi data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu dengan menggunakan teknik triangulasi data. Menurut Patton (dalam Bungin, 2007) dengan menggunakan strategi. Pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data, pengecekan beberapa sumber data dengan metode yang sama. Triangulasi data untuk melakukan pengecekan terhadap penggunaan metode pengumpulan data. Apakah informasi yang didapat dengan metode wawancara sama dengan metode observasi, begitu juga sebaliknya.

Sedangkan penelitian kuantitatif yaitu mendeskripsikan kemampuan komunikasi dan kepuasan pelanggan digunakan 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.

HASIL

Karakteristik Sampel

Gambaran bahwa jumlah subjek yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan bisa dilihat pada tabel 1 dimana perempuan lebih tinggi sebanyak 30 orang (57,69%) dibanding subjek berjenis kelamin laki-laki sebanyak 22 orang (42,31%).

Sedangkan diperoleh gambaran bahwa jumlah subjek yang terbesar berasal dari peserta pelatihan tingkat *Intermediate* sebanyak 22 orang (42,30%), 15 orang (28,85%) berasal dari peserta pelatihan tingkatan *advance*, dan subjek yang dari pelatihan tingkatan *basic* sebanyak 15 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.

Subjek A (Kepala HRD)

Hasil wawancara oleh HRD proses pelatihan yang diselenggarakan oleh Circle K tentunya menggunakan metode dan bentuk tersendiri. Setiap perusahaan memiliki sistem mereka masing-masing. Bentuk dan materi pelatihan yang dilakukan oleh suatu lembaga pelatihan beraneka ragam dan umumnya disesuaikan dengan tingkat kebutuhan perusahaan yang memerlukan jasa dari badan usaha yang bergerak dibidang pelatihan. Lebih lanjut lagi HRD menjelaskan pelatihan yang diselenggarakan oleh Circle K diperuntukkan untuk karyawan yang baru saja masuk maupun yang telah berkerja di Circle K. Tujuannya untuk peningkatan pengetahuan dan kemampuan komunikasi bagi karyawan, agar karyawan mampu menyelesaikan tugas-tugasnya dalam bekerja sehingga tujuan perusahaan bisa tercapai yaitu menjadi perusahaan store no.1 di dunia dengan memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin kepada pelanggan. Memberikan pelayanan semaksimal mungkin salah satu jalan yang dipilih dengan memberikan pelatihan kepada karyawan, selanjutnya metode pelatihan yang dilaksanakan oleh Circle K merupakan perpaduan antara materi *On The Job*

Training dan *Off Job Training*. Metode *On The Job Training* hanya dilaksanakan pada tingkatan Basic (CSR 1) materinya merupakan *Job Instruction Training* atau latihan instruksi jabatan adalah pelatihan dimana atasan bertindak sebagai pelatih untuk menginstruksikan bagaimana melakukan pekerjaan tertentu dalam proses kerja. Yang dilaksanakan selama dua hari.

Subjek B (Trainer A)

Selanjutnya Subjek B menjelaskan terdapat beberapa tingkatan pada pelatihan yaitu: *Basic* (CSR 1) dilaksanakan dengan dua metode yaitu *Off The Job Training* dan *On The Job Training*. Pada pelatihan tingkat *Intermediate* (CSR 2) dan tingkat *Advance* (CSR 3) hanya menggunakan metode *Off The Job Training*. Pelatihan ini hanya menggunakan metode ceramah, pemutaran video serta *roll play*, kedua tingkatan pelatihan ini hanya berlangsung dua hari. Pelatih dalam mempresentasikan materi menggunakan metode ceramah dihadapkan peserta pelatihan. Pelatih juga menggunakan video presentase atau pelajaran yang disajikan melalui video adalah materi-materi yang berhubungan dengan pengetahuan atau bagaimana melakukan pekerjaan sehari-hari. Metode selanjutnya yang dilaksanakan yaitu simulasi, simulasi adalah latihan yang diberikan di sebuah tempat yang khusus dirancang menyerupai tempat kerja yang dilengkapi dengan berbagai peralatan di tempat kerja. Biasanya, simulasi ini dilaksanakan langsung di toko atau di dalam naungan pelatihan. Metode selanjutnya yaitu *role playing* adalah metode dimana para peserta diberi peran tertentu untuk bertindak dalam situasi khusus. Misalnya dalam pelatihan ada yang memerankan dirinya sebagai pelayan atau pelanggan, kemudian disimulasikan bagaimana cara melayani pelanggan. Metode *case study* juga diberikan dimana peserta diberikan studi

kasus yang dilakukan dengan memberikan beberapa kasus tertentu, kemudian peserta diminta memecahkan kasus tersebut melalui diskusi kelompok. Keseluruhan metode tersebut diatas merupakan metode yang diterapkan oleh Circle K dalam pelaksanaan pelatihan untuk karyawan. Lebih lanjut dijelaskan bahwa dari 3 tingkatan tersebut terdapat 24 materi pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap karyawan dalam menjalankan tugas sehari-hari. Materi yang membahas khusus tentang kemampuan komunikasi yaitu materi *Costumer 1*, *Costumer 2*, dan *Costumer 3*.

Subjek C (Karyawan H)

Subjek C bahwa ada perbedaan sebelum pelatihan saya tidak tahu apa-apa soal Circle K, dalam hal berkomunikasi dulu saya tidak tahu bagaimana cara memperlakukan pelanggan dengan baik, tapi sekarang saya sudah tahu bagaimana sikap yang baik dalam melakukan komunikasi dengan pelanggan baik itu dalam hal menyapa (*greeting*) dan bagaimana cara menanggapi pelanggan yang marah/komplain. Pelatihan memberikan kontribusi yang besar dalam mengubah kemampuan komunikasi karyawan baik dalam bentuk pengetahuan, motivasi dan sikap dalam berkomunikasi.

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 52 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 = 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 *Ievene statistic* = 0,645 signifikansi (p) = 0,824 ($p > 0,05$).

Berdasarkan hasil uji korelasi dari 52 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.

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.

KESIMPULAN

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 RUJUKAN

- 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.

Tabel 1. Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Total	Persentase
Laki-Laki	30	57,69%
Perempuan	22	42,31%
Total	52	100%

Tabel 2. Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Tingkatan Pelatihan

Tingkatan Pelatihan	Total	Persentase
Basic	15	28,85%
Intermediate	22	42,30%
Advance	15	28,85%
Total	52	100%

Tabel 3. Hasil Uji Korelasi Kemampuan 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)