

Komunikasi Verbal dan Nonverbal Sebagai Basis Layanan Penumpang KAI

Louis Alviando Abadi Febrian¹, Rezi Erdiansyah^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanegara, Jakarta
Email: louis.915180176@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanegara, Jakarta*
Email: rezie@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 09-12-2022, revisi tanggal : 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 05-02-2023

Abstract

KAI or known as PT. Kereta Api Indonesia is a service provider. KAI provides public transportation services for the needs of the community. In this study, the authors focused on the objective to find out whether the quality of PT. Kereta Api Indonesia in providing services has an influence on the satisfaction of service users of PT. Kereta Api Indonesia both in the process of verbal communication and non-verbal communication. In an effort to achieve the research objectives, in this study qualitative research methods were used as research methods that are in accordance with the service users of PT. Indonesian Railroad as a population and as many as 100 respondents based on the results of the Slovin formula, as the required number of samples. Multiple linear regression, t test, f test and coefficient of determination test are the data analysis techniques used in this study. Based on the results obtained from this study, it was stated that the service quality of KAI employees had an influence on the level of KAI customer satisfaction.

Keywords: *costumer satifaction, nonverbal communication, service quality, verbal communication*

Abstrak

KAI atau dikenal dengan PT Kereta Api Indonesia merupakan penyedia layanan jasa. KAI menyediakan jasa angkutan umum untuk kebutuhan masyarakat. Pada penelitian ini, penulis berfokus kepada tujuan untuk mengetahui apakah kualitas karyawan PT. Kereta Api Indonesia dalam memberikan pelayanan memberikan pengaruh kepada kepuasan pengguna jasa layanan PT. Kereta Api Indonesia baik dalam proses komunikasi verbal maupun komunikasi secara nonverbal. Dalam usaha mencapai tujuan penelitian, pada penelitian ini pendekatan penelitian kualitatif digunakan sebagai metode penelitian yang sesuai dengan pengguna jasa layanan PT Kereta Api Indonesia sebagai populasi dan sebanyak 100 responden berdasarkan hasil rumus Slovin, sebagai jumlah sampel yang dibutuhkan. Regresi linier berganda, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi merupakan teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini. Berdasarkan hasil yang didapatkan dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan dari karyawan KAI, memberikan pengaruh kepada tingkat kepuasan pelanggan KAI.

Kata Kunci: *kepuasan pelanggan, komunikasi nonverbal, komunikasi verbal, kualitas pelayanan*

1. Pendahuluan

Pada masa kini sudah memasuki era pelayanan publik. Program kegiatan yang dilakukan oleh pemerintahan sekarang ini berupaya untuk menyediakan pelayanan terbaik untuk masyarakatnya. Tuntutan untuk mewujudkan pelayanan publik yang berkualitas bukan hanya tuntutan dari masyarakat semata, melainkan adalah tuntutan perubahan zaman. Pemerintahan yang baik adalah pemerintahan yang selalu dekat dengan masyarakat serta kerap menyediakan pelayanan yang sesuai dengan keinginan serta kebutuhan masyarakatnya. Keberhasilan pemerintah dalam melakukan program kegiatannya tidak luput dari faktor komunikasi. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan ide maupun informasi yang dapat dilakukan secara lisan maupun tulisan dan dapat dimengerti oleh kedua belah pihak atau pun lebih. Dalam proses interaksi, hubungan antarmanusia sering diwarnai dengan kondisi yang fluktuatif yang menunjukkan pasang surut, kadang dekat, kadang jauh. Terkadang intim dan harmonis, terkadang dengan gesekan dan konflik. Maka, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses yang bergerak secara dinamis dan senantiasa berubah ubah sesuai dengan situasi yang ada, bahkan interaksi yang dibangun oleh manusia sebenarnya dimaknai sebagai upaya untuk saling melengkapi dan memenuhi.

Dari zaman ke zaman, proses komunikasi merupakan hal yang dapat ditinggalkan oleh seluruh makhluk hidup di dunia. Seluruh makhluk hidup, khususnya manusia saat ini memerlukan komunikasi baik dengan teman, rekan kerja dan lain sebagainya. Manusia seakan tidak bisa dipisahkan dari yang namanya komunikasi. Dengan rendahnya kualitas pelayanan publik yang diberikan akan memengaruhi kepercayaan kepada penyelenggara pelayanan publiknya tersebut. Dengan begitu akan memengaruhi ketidakpuasan masyarakat selaku penerima pelayanan publiknya.

Kemudian ada salah satu instansi pemerintah yaitu PT Kereta Api Indonesia atau lebih sering dikenal dengan sebutan KAI merupakan penyedia jasa layanan publik kepada masyarakat dengan berbentuk transportasi umum. Transportasi umum adalah transportasi yang di peruntukkan untuk bersama, menyediakan pelayanan bersama, dan mempunyai arah tujuan yang sama.

Visi misi dalam perusahaan PT Kereta Api Indonesia adalah (1) Menyediakan transportasi digital yang aman dan efisien serta pengembangan yang cepat demi memenuhi kebutuhan pengguna jasa layanan KAI. (2) Pengembangan layanan angkutan umum yang terintegrasi dengan mengandalkan investasi pada SDM, infrastruktur serta teknologi sebagai inovasi dan solusi di bidang transportasi umum di Indonesia. (3) Mempromosikan pembangunan berskala nasional dengan cara berkolaborasi dengan para pemangku kepentingan, termasuk dalam memelopori dan melangsungkan pembangunan infrastruktur terkait transportasi agar dapat memberikan pelayanan terbaik demi kepuasan pengguna jasa layanan PT Kereta Api Indonesia.

Pelayanan sendiri adalah suatu tindakan ataupun usaha dengan taktik atau cara tertentu untuk memberikan kepuasan kepada orang lain. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan seberapa pentingnya penyedia jasa pelayanan untuk dapat terlibat secara aktif di dalam proses produksi atau penyampaian proses pelayanan demi kenyamanan pengguna layanan. Jenis pelayanan dibagi menjadi tiga; layanan administratif, layanan barang, dan yang terakhir adalah layanan jasa. Dari ketiga jenis layanan di atas, layanan jasa merupakan pelayanan yang ditawarkan oleh KAI. Jenis layanan yang ditawarkan oleh penyedia layanan berupa sarana dan prasarana. Layanan

itu sendiri menguntungkan penerima secara langsung dan mengarah pada kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat mendatangkan keuntungan bagi penyedia jasa. Semakin tinggi kualitas penyedia layanan, semakin puas pengguna layanan jasa. Kepuasan sendiri merupakan perasaan yang cenderung digambarkan dengan rasa senang sebagai bentuk kepuasan atau kecewa sebagai bentuk ketidakpuasan seseorang yang berasal dari kesan dan pengalaman pengguna terhadap kinerja atau produk yang digunakan. (Kotler dan Keller, 2009).

Banyak pegawai-pegawai yang bekerja di bawah naungan PT Kereta Api Indonesia untuk memberikan jasa mereka untuk melayani para penumpang PT Kereta Api Indonesia. Banyak faktor yang harus diperhatikan oleh pegawai PT Kereta Api Indonesia untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya tersebut. Menjadi penyedia pelayanan jasa harus mempunyai komunikasi yang bagus, baik itu komunikasi verbal maupun nonverbal. Tidak hanya itu, faktor lain juga menentukan berkualitaskannya pelayanan yang diberikan antara lain adalah melayani dengan ramah, tulus, ikhlas, cepat dan tepat merupakan salah satu faktor yang bergantung pada berkualitaskannya pelayanan yang disajikan.

Dengan latar belakang di atas, timbul permasalahan apakah kualitas pelayanan karyawan KAI berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KAI melalui komunikasi verbal dan nonverbal. Kemudian dalam penelitian kali ini berfokus untuk mengetahui kualitas pelayanan pegawai KAI dengan komunikasi verbal dan nonverbal mempengaruhi kepuasan pengguna layanan jasa KAI atau tidak sebagai tujuan dari penelitian ini. Dan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti yang ingin mengkaji kualitas pelayanan karyawan KAI melalui komunikasi verbal dan nonverbal kepuasan pengguna jasa layanan KAI.

2. Metode Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yg memakai pola angka, dimulai menggunakan proses pengumpulan data & diakhiri menggunakan interpretasinya. Penelitian kuantitatif bersifat sistematis, bersiklus & terstruktur (Untung Nugroho, 2015). Penelitian ini menggunakan metode desain penelitian korelasional yang merupakan jenis penelitian yang melibatkan sistem survei untuk menentukan ada tidaknya hubungan serta apa hubungan antarvariabel satu dan lainnya selain itu desain korelasional bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua variabel yang ditetapkan untuk penelitian (variabel dependen dan variabel independen).

Populasi berdasarkan pernyataan Morris (2012), merupakan sekumpulan subjek, variabel, konsep atau fenomena, dimana peneliti dapat memeriksa pendapat maupun pengalaman dari masing masing anggota populasi untuk menentukan spesies populasi itu (Morris, 2012). Jumlah penumpang KAI pada bulan September 2022 yaitu sebanyak 20.587 penumpang. Penumpang tersebut yang menjadi populasi dari penelitian ini. Data yang akan dianalisis oleh peneliti merupakan data yang diperoleh dari hasil menyebarkan kuisioner kepada responden terkait yang dianggap memenuhi syarat dan kriteria untuk menjadi sampel dari populasi pada penelitian ini (Badan Pusat Statistik, 2022).

Definisi sampel yang dipaparkan oleh Sugiyono (2008) sendiri adalah bagian dari keseluruhan dan karakteristik populasi (Sugiyono, 2008). Ketika penelitian mempunyai jumlah populasi yang besar, maka peneliti harus menentukan jumlah

sampel dari populasi. Untuk menentukan jumlah sampel penelitian ini menggunakan rumus *slovin*, penelitian ini menggunakan rumus *slovin* dikarenakan metode rumus *slovin* sendiri adalah metode praktis untuk menentukan jumlah sampel dengan syarat populasi yang relatif besar.

Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir untuk sampel tersebut adalah 10%, dalam hal ini tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi adalah 10%, atau dapat dikatakan akurasinya adalah 90%, dalam hal ini sampel yang diambil mewakili populasi:

$$\text{Rumus: } n = \frac{20.587}{1+20.587(0,1)^2} = \frac{20.587}{20.588 (0.01)} = \frac{20.587}{205,88} = 99,99$$

Berdasarkan perhitungan jumlah sampel di atas diperoleh hasil sebesar 99,99 dan dibulatkan ke 100 sampel terdekat. Besar sampel untuk penelitian ini terdapat sebanyak 100 responden. 100 responden tersebut merupakan fasilitasi untuk memproses data untuk mencapai tujuan, yaitu untuk membuat pengujian yang lebih baik.

Kuesioner merupakan kumpulan pertanyaan yang terstruktur untuk ditanyakan dan dijawab oleh responden sebagai dasar data penelitian (Malhotra & Dash, 2016). Pada penelitian kali ini, skala yang digunakan adalah skala likert, skala tersebut merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena tertentu (Sugiyono, 2015).

Pada saat pengecekan keabsahan data penelitian dengan uji validitas dan reliabilitas, asumsi klasik diperiksa dengan uji normalitas. Kemudian dalam teknik analisis data penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda yang meliputi uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi Verbal (X₁)

No Soal	R _{Hitung}	R _{Tabel 5% 30}	Keputusan
1	0,734	0,361	Valid
2	0,731	0,361	Valid
3	0,466	0,361	Valid
4	0,679	0,361	Valid
5	0,693	0,361	Valid
6	0,566	0,361	Valid
7	0,452	0,361	Valid
8	0,373	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 29

Berdasarkan perbandingan nilai R_{hitung} dan R_{tabel} diatas, maka disimpulkan dari 8 himpunan untuk variabel Komunikasi Verbal (X₁) adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi Nonverbal (X_2)

No Soal	R_{Hitung}	$R_{Tabel\ 5\% \ 30}$	Keputusan
1	0,512	0,361	Valid
2	0,561	0,361	Valid
3	0,894	0,361	Valid
4	0,753	0,361	Valid
5	0,744	0,361	Valid
6	0,724	0,361	Valid
7	0,673	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 29

Berdasarkan hasil perbandingan nilai R_{hitung} dengan R_{tabel} diatas, dapat disimpulkan bahwa dari 7 himpunan variabel Komunikasi Nonverbal (X_2) adalah valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)

No Soal	R_{Hitung}	$R_{Tabel\ 5\% \ 30}$	Keputusan
1	0,545	0,361	Valid
2	0,579	0,361	Valid
3	0,470	0,361	Valid
4	0,709	0,361	Valid
5	0,536	0,361	Valid
6	0,545	0,361	Valid
7	0,704	0,361	Valid
8	0,694	0,361	Valid
9	0,672	0,361	Valid
10	0,568	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 29

Berdasarkan hasil perbandingan nilai R_{hitung} dan R_{tabel} , disimpulkan bahwa 10 pernyataan variabel kualitas pelayanan (X_3) adalah valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No Soal	R_{Hitung}	$R_{Tabel\ 5\% \ 30}$	Keputusan
1	0,545	0,361	Valid
2	0,418	0,361	Valid
3	0,408	0,361	Valid
4	0,733	0,361	Valid
5	0,638	0,361	Valid
6	0,817	0,361	Valid
7	0,792	0,361	Valid
8	0,688	0,361	Valid
9	0,470	0,361	Valid
10	0,590	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 29

Berdasarkan hasil perbandingan nilai R_{hitung} dan R_{tabel} yang diperoleh, maka dapat disimpulkan 10 pernyataan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah valid.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Koefisien	Keputusan
Komunikasi Verbal	0,847	0,06	Reliabel
Komunikasi Nonverbal	0,891	0,06	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,875	0,06	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,878	0,06	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 29

Hasil uji reliabilitas pada tabel tersebut menunjukkan bahwa semua variabel dapat dikatakan reliabel karena hasil koefisien realibilitasnya di atas 0.06. Selanjutnya pernyataan pernyataan yang ada pada masing masing variabel tersebut layak untuk digunakan sebagai tolak ukur.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Residual	0,83	Berdistribusi Normal

Sumber: Hasil Pegolahan Data SPSS versi 29

Uji normalitas bertujuan untuk suatu model regresi variabel bebas dan variabel terikat yang memiliki distribusi normal atau tidak normal. Penelitian kali ini menggunakan Kolmogorov Smirnov yaitu dengan kriteria jika nilai sig Kolmogorov Smirnov < 0.05 maka data tidak normal, lalu sebaliknya jika nilai sig Kolmogorov Smirnov > 0.05 maka data dapat disebut normal (Ningsih & Dukalang, 2019).

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.175	2.729		.797	.427
Komunikasi Verbal	.038	.086	.031	.442	.659
Komunikasi Non Verbal	.059	.052	.067	1.139	.258
Kualitas Pelayanan	.867	.075	.798	11.557	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Pengolahan Data SPSS versi 29

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$2.175 + 0,038 X_1 + 0,059 X_2 + 0,867 X_3$$

Keterangan:

Y= Nilai Prediksi

a= Konstanta

b= Koefisiensi dari regresi

X= Nilai dari variabel dependen yang digunakan

Nilai konstanta yang didapat sebesar 2.175, maka memiliki arti bahwa apabila Variabel Komunikasi Verbal, Komunikasi Nonvebal, Kualitas Pelayanan nilai konstantanya diasumsikan bernilai 1 maka nilai kepuasan pelanggan adalah 2.175. Koefisien regresi variabel komunikasi verbal (X_1) bernilai positif sebesar 0.038 yang berarti jika nilai variabel komunikasi verbal (X_1) meningkat sebesar 1% maka variabel kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0.038. Nilai koefisien regresi variabel

komunikasi nonverbal (X_2) memiliki nilai positif sebesar 0.059 artinya jika variabel komunikasi nonverbal (X_2) meningkat sebesar 1% maka variabel Y mewakili kepuasan pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0.059.

Nilai koefisien regresi pada variabel X_3 yang mewakili kualitas pelayanan bernilai positif 0.867 yang dapat diartikan bahwa kenaikan 1% pada variabel kualitas pelayanan (X_2) menyebabkan peningkatan variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.867.

Tabel 8. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.175	2.729		.797	.427
Komunikasi Verbal	.038	.086	.031	.442	.659
Komunikasi Non Verbal	.059	.052	.067	1.139	.258
Kualitas Pelayanan	.867	.075	.798	11.557	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Pengolahan data SPSS versi 29

Nilai signifikan variabel komunikasi verbal (X_1) sebesar 0.659 (>0.05), sehingga disimpulkan bahwa variabel komunikasi verbal (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). H1 ditolak. Nilai signifikan variabel komunikasi nonverbal (X_2) sebesar 0.258 (>0.05), sehingga disimpulkan bahwa variabel komunikasi nonverbal (X_2) tidak memberikan pengaruh yang signifikan kepada variabel kepuasan pelanggan (Y). H2 ditolak. Nilai variabel kualitas pelayanan (X_3) yang signifikan sebesar 0.01 (<0.05), sehingga disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). H3 diterima.

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2004.051	3	668.017	75.053	<.001 ^b
	Residual	854.459	96	8.901		
	Total	2858.510	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Komunikasi Non Verbal, Komunikasi Verbal

Sumber: Pengolahan data SPSS versi 29

Oleh karena itu nilai Sig yang diperoleh pada pengolahan data di atas adalah 0.001 yang berarti < 0.05 . Maka, penulis menyimpulkan bahwa variabel Komunikasi Verbal (X_1), Komunikasi Nonverbal (X_2) secara simultan memiliki pengaruh signifikan kepada variabel Kualitas Pelayanan (X_3).

Tabel 10. Hasil Uji Koefisie Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.837 ^a	.701	.692	2.98339

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Komunikasi Non Verbal, Komunikasi Verbal

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Pengolahan data SPSS versi 29

Diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0.692 maka memiliki arti bahwa Variabel Komunikasi Verbal (X_1), Komunikasi Nonverbal (X_2), dan Kualitas Pelayanan (Y) memberikan pengaruh secara Bersama sebesar 69,2% kepada Variabel Kepuasan Pelanggan dan sisanya 30,8% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

4. Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan komunikasi verbal dan nonverbal karyawan PT KAI berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT KAI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunikasi Verbal (X_1), Komunikasi Nonverbal (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 69,2% dan variabel lain di luar penelitian sebesar 30,8%. Dalam penelitian ini juga menggunakan kuisioner Google Forms yang dibagikan kepada 100 responden yang pernah memakai jasa pelayanan PT KAI.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, responden, serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan

6. Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. (2022). Jumlah Penumpang Kereta Api (Ribuan Orang). Diakses dari <https://www.bps.go.id/indicator/17/72/1/jumlah-penumpang-kereta-api.html>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Malhotra, N.K., & Dash, S. (2016). *Marketing Research an Applied Orientation* (7th ed.). Chennai: Pearson India Education Services.
- Morissan, A. M. (2012). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Untung Nugroho. (2015). *Pedoman Tes Ukur Olahraga*. Purwodadi: CV. Sarnu Untung.