

PENGARUH PENANGANAN KELUHAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT TELKOMSEL INDONESIA

**Hilma Harmen¹, Bio Hasian Siregar², Irwansyah Putra³,
Idrus Hamonangan Pane⁴, Agus Rahmad Hidayat⁵
Universitas Negeri Medan**

e-mail: hilmaharmen@unimed.ac.id¹, biosiregar111217@gmail.com², irwann6451@gmail.com³,
idrushpane@gmail.com⁴, agusrahmadhidayat11@gmail.com⁵

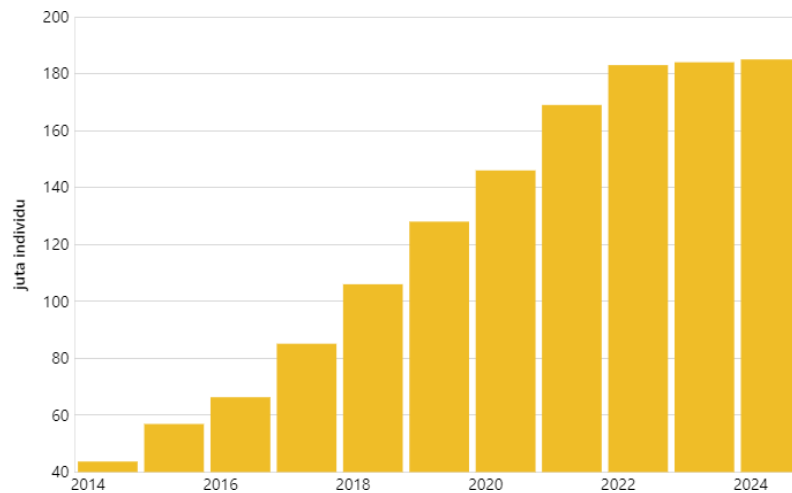
Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penanganan keluhan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna layanan PT Telkomsel Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Instrumen pengukuran untuk variabel penanganan keluhan dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid dan reliabel dengan nilai Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari 0.2017 dan Cronbach's Alpha lebih besar dari 0.60. Data penelitian berdistribusi normal dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.055, serta tidak terjadi heteroskedastisitas dengan nilai signifikansi sebesar 0.677. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa penanganan keluhan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t Hitung sebesar 8.241, yang lebih besar dari t Tabel sebesar 1.98609. Koefisien determinasi (R Square) menunjukkan bahwa 42.2% variabilitas dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh penanganan keluhan. Berdasarkan temuan ini, PT Telkomsel disarankan untuk meningkatkan sistem penanganan keluhan, melakukan monitoring dan evaluasi berkelanjutan, memanfaatkan teknologi dalam penanganan keluhan, dan meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Penanganan Keluhan, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

PT Telekomunikasi Selular, yang dikenal luas sebagai Telkomsel, adalah salah satu perusahaan telekomunikasi terkemuka di Indonesia. Sejak didirikan pada tahun 1995, Telkomsel telah berkembang pesat dan menjadi penyedia layanan telekomunikasi seluler terbesar di tanah air, dengan jaringan yang mencakup lebih dari 95% populasi. Dengan visi untuk menghubungkan Indonesia melalui teknologi, Telkomsel terus berinovasi dalam menghadirkan layanan yang mendukung kebutuhan komunikasi masyarakat Indonesia. Seiring dengan meningkatnya penetrasi internet di Indonesia, peran Telkomsel semakin vital dalam menyediakan akses internet yang cepat dan andal, yang menjadi tulang punggung transformasi digital di berbagai sektor.

Populasi pengguna internet di Indonesia pada Januari tahun 2024 menurut laporan We Are Social terdapat 185 juta individu pengguna internet di Indonesia, setara 66,5% dari total populasi nasional yang berjumlah 278,7 juta orang. Pengguna internet di Indonesia awal tahun ini tercatat bertambah sekitar 1,5 juta orang atau naik 0,8% dibanding Januari 2023 (year-on-year/yoy). We Are Social juga menunjukkan, jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam sedekade terakhir. Jika dibanding Januari 2014, jumlahnya saat ini sudah bertambah sekitar 141,3 juta pengguna. Dalam 10 tahun belakangan, tingkat pertumbuhan paling tinggi tercatat pada Januari 2017, di mana jumlah pengguna internet nasional melonjak 28,4% (yoy).



Gambar 1: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari (2014-2024)

Meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia menunjukkan perubahan signifikan dalam pola komunikasi dan konsumsi informasi masyarakat. Faktor-faktor seperti perluasan infrastruktur jaringan, harga perangkat yang semakin terjangkau, serta meningkatnya literasi digital, berkontribusi pada pertumbuhan ini. Sebagai pemain utama dalam industri telekomunikasi, Telkomsel memiliki peran krusial dalam mendukung ekosistem digital yang dinamis. Dengan berbagai layanan dan produk inovatif, Telkomsel berkomitmen untuk terus memperluas jangkauan dan meningkatkan kualitas layanannya guna memenuhi kebutuhan pengguna yang semakin beragam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh customer complaint handling dan service quality terhadap customer satisfaction. Dengan adanya fenomena yang terjadi pada saat ini mengenai customer complaint handling, service quality customer satisfaction pada pengguna kartu internet Telkomsel yang telah dijelaskan sebelumnya maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh penanganan keluhan laterhadap kepuasan pelanggan PT Telkomsel Indonesia.”

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menyesuaikan dengan masalah yang akan diteliti, maka jenis penelitian yang dirasa tepat serta relevan untuk digunakan ialah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2019), adalah suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau scientific karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, serta sistematis. Jenis penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan menggunakan pendekatan metode analisis kuantitatif. Penelitian asosiatif yaitu bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih Sugiyono (2019:65)

Menurut Sugiyono (2020:126), populasi adalah keseluruhan atau himpunan obyek dengan ciri yang sama, sedangkan dalam arti luas populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang memiliki kuantitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pengguna kartu Telkomsel Suatu penelitian terkadang memiliki jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak

memungkinkan untuk melakukan penelitian secara menyeluruh. Untuk itu diperlukan sebagian dari populasi tersebut yang dapat mewakili dari seluruh populasi yang ada. Menurut Sugiyono (2020:127) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif (dapat mewakili). Menurut Sugiyono (2020:128) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu probability sampling dan nonprobability sampling. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling. Menurut Sugiyono (2020:131) nonprobability sampling adalah teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penentuan sampel, Sugiyono (2019:143) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Dalam penelitian ini kami mengambil sampel 97 orang.

Menurut Sugiyono (2019), teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah memperoleh data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2019), data primer merupakan sumber data yang didapatkan langsung dari pengumpulan data. Data yang diperoleh merupakan hasil dari angket yang telah dibagikan kepada responden, yang kemudian responden akan menjawab pernyataan yang sudah tersusun secara sistematis dalam lembar kuesioner. Peneliti menggunakan angket yang terstruktur dengan menggunakan skala likert dengan skor 1-5. Dalam penelitian ini data didapatkan melalui menggunakan kuesioner dengan menggunakan Google Form. Kuesioner akan disebarluaskan melalui beberapa kanal media sosial seperti Whatsapp, Line, serta Instagram. Melalui teknik penyebaran kuesioner melalui media sosial ini diharapkan dapat memudahkan kuesioner untuk tersebar secara mudah, efektif dan cepat.

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini: X dan Y, yang masing-masing mewakili variabel independen dan dependen. Variabel X ialah Penanganan Keluhan, sedangkan Y Kepuasan Pelanggan. Data dikumpulkan melalui kuesioner, dengan jenis data primer berupa kuesioner yang diisi oleh pengguna layanan Telkomsel. Data tersebut akan dianalisis menggunakan software SPSS versi 23.0. Proses analisis meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Koefisien Determinasi, Uji T, dan Uji normalitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Uji Validitas

Item	Corrected Item-Total Correlation	r Tabel	Keterangan
X1	1	0.2017	VALID
X2	0,422	0.2017	VALID
X3	0,390	0.2017	VALID
X4	0,362	0.2017	VALID
X5	0,243	0.2017	VALID

X6	0,291	0.2017	VALID
X7	0,321	0.2017	VALID
X8	0,310	0.2017	VALID
X9	0,247	0.2017	VALID
X10	0,255	0.2017	VALID
X11	0,285	0.2017	VALID
TOTAL X	0,585	0.2017	VALID
Y1	0,261	0.2017	VALID
Y2	0,256	0.2017	VALID
Y3	0,291	0.2017	VALID
Y4	0,224	0.2017	VALID
Y5	0,240	0.2017	VALID
Y6	0,285	0.2017	VALID
Y7	0,262	0.2017	VALID
Y8	0,202	0.2017	VALID
Y9	0,232	0.2017	VALID
Y10	0,343	0.2017	VALID
Y11	0,298	0.2017	VALID
TOTAL Y	0,327	0.2017	VALID

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah instrumen pengukuran (dalam hal ini variabel X dan Y) mengukur apa yang seharusnya diukur. Corrected Item-Total Correlation adalah korelasi antara skor item dengan skor total setelah dikoreksi, sementara r Tabel adalah nilai kritis korelasi yang digunakan untuk membandingkan apakah korelasi item total signifikan atau tidak (dalam kasus ini 0.2017). Keterangan menunjukkan apakah setiap item valid atau tidak berdasarkan nilai Corrected Item-Total Correlation yang dibandingkan dengan r Tabel. Semua item X1 sampai X11 dan Y1 sampai Y11 memiliki nilai korelasi yang lebih besar dari 0.2017, sehingga dinyatakan valid.

Tabel 2 Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	> 0, 60	Keterangan
X1	0, 842	Ya	RELIABEL
Y	0, 879	Ya	RELIABEL

Uji reliabilitas mengukur konsistensi internal dari item-item dalam kuesioner. Cronbach's Alpha adalah ukuran reliabilitas atau konsistensi internal. Nilai di atas 0.60 dianggap reliabel. Variabel X1 memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0.842 dan variabel Y memiliki nilai 0.879, keduanya lebih besar dari 0.60, sehingga dinyatakan reliabel.

Tabel 3 Uji Normalitas

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	> 0, 05	Keterangan
X DAN Y	0, 055	Ya	NORMAL

Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah distribusi data variabel X dan Y mengikuti distribusi normal. Asymp. Sig. (2-tailed) adalah nilai p dari uji normalitas. Jika nilai ini lebih besar dari 0.05, maka data dianggap berdistribusi normal. Dalam hal ini, nilai Asymp. Sig. untuk variabel X dan Y adalah 0.055, yang lebih besar dari 0.05, sehingga data dianggap normal.

Tabel 4 Uji Heterokedastisitas

Variabel	Signifikansi	> 0, 05	Keterangan
X	0, 677	Ya	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa apakah terdapat heteroskedastisitas (ketidaksamaan varians dari residual) dalam model regresi. Signifikansi adalah nilai p dari uji heteroskedastisitas. Jika lebih besar dari 0.05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Nilai signifikansi untuk variabel X adalah 0.677, yang lebih besar dari 0.05, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5 Uji T

Variabel	t Tabel	t Hitung	Keterangan
X	8,241	1.98609	BERPENGARUH

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). t Tabel adalah nilai kritis t untuk tingkat signifikansi tertentu, dan t Hitung adalah nilai t yang diperoleh dari hasil regresi. Jika t Hitung lebih besar dari t Tabel, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, t Hitung adalah 8.241 dan t Tabel adalah 1.98609. Hal ini menunjukkan bahwa Penanganan Keluhan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Maka hipotesis yang menyatakan penanganan keluhan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima. Penelitian lain dengan judul yang sama menghasilkan hasil serupa “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Penanganan Komplain terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Lamongan” (Febrianti, 2022), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bankbnisyariah Semarang (Khoiri, 2021), dan Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan Pada Auto 2000 Cabang Ciledug Jakarta (Rini Martiwi, 2019).

Tabel 6 Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjs. R Square	Std. Error of the Estimate
0, 650	0, 422	0, 416	4,94744

Koefisien determinasi mengukur seberapa besar variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi. R adalah koefisien korelasi, R Square adalah koefisien determinasi yang menunjukkan proporsi varians dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen, dan Adjusted R Square adalah versi disesuaikan dari R Square yang memperhitungkan jumlah prediktor dalam model. Std. Error of the Estimate adalah standar error dari estimasi. Nilai R adalah 0.650, R Square adalah 0.422, Adjusted R Square adalah 0.416, dan Std. Error of the Estimate adalah 494.744. Ini menunjukkan bahwa 42.2% variabilitas dalam variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel X, dengan penyesuaian 41.6%.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penanganan keluhan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna layanan PT Telkom Indonesia. Hasil analisis data menunjukkan bahwa instrumen pengukuran untuk variabel penanganan keluhan dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid dan reliabel, dengan nilai Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari 0.2017 dan Cronbach's Alpha lebih besar dari 0.60 untuk kedua variabel. Data penelitian berdistribusi normal dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.055 yang lebih besar dari 0.05, serta tidak terjadi heteroskedastisitas pada data dengan nilai signifikansi sebesar 0.677 yang lebih besar dari 0.05. Penanganan keluhan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai t Hitung sebesar

8.241 lebih besar dari t Tabel sebesar 1.98609. Koefisien determinasi (R Square) menunjukkan bahwa 42.2% variabilitas dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh penanganan keluhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Febrianti, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Lamongan. *Journal of Economics, Management, and Business Research (JEMBER)*.
- Khoiri, A. H. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH PADA BANKBNISYARIAH SEMARANG. *Jurnal Syarikah*.
- Rini Martiwi, A. R. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan Pada Auto 2000 Cabang Ciledug Jakarta. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-penggunainternet-di-indonesia-pada-januari2024#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,berjumlah%20278%2C7%20juta%20orang.>
- Fornell, Johnson, Anderson, Jeasung Cha dan Bryant. 2003. The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings. *Journal of Marketing*. October, 60:7-18.
- Pedersen, P. E dan Nysveen, H. 2004. Strength and Customer Loyalty, *Journal of Marketing Research*. 44(1): 153-16.
- Stephan S. Tax and Murali, 2001. Satisfaction Customers` Perception of Web Sites Offering Various Interactive Applications. Moderating Effects of Customers` Internet Experience, *Decision Support Systems*, *Journal of Marketing*. 37: 137- 150.
- Sugiyono, 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.