

PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL PELAYANAN EXTERNAL DEBT COLLECTOR TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PT. CLIPAN FINANCE INDONESIA CABANG SURABAYA

Reno Yudha Prasetya Arifin, Nevrettia Christantyawati

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas dr. Soetomo

Email: nevrettia.christantyawati@unitomo.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal pelayanan *external debt collector* terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. Clipan Finance Indonesia Cabang Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian korelasi sederhana dengan komunikasi interpersonal pelayanan *external debt collector* adalah sebagai variabel X dan tingkat kepuasan nasabah kredit macet sebagai variabel Y. Peneliti menggunakan survei dengan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Dalam tahap pengolahan peneliti menggunakan *editing*, *coding* serta *tabulating*. Teknik analisis data menggunakan analisis korelasi dan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel komunikasi interpersonal pelayanan *external debt collector* terhadap tingkat kepuasan nasabah kredit macet di PT. Clipan Finance Indonesia Cabang Surabaya.

Kata Kunci: Komunikasi Interpersonal, Tingkat Kepuasan, *Debt Collector*

Abstract

This research examines the effect of interpersonal communication of external debt collector service to customer satisfaction level at PT. Clipan Finance Indonesia Surabaya Branch. The research used a simple correlational method in which the variable x is interpersonal communication external debt collector service and variable y is level of customers' satisfaction. Researchers use survey by distributing questionnaire as data collecting technique. In the processing stage, researchers used editing, coding and tabulating. The data analysis technique used correlation analysis and simple linear regression analysis. The results showed that there was insignificant influence between interpersonal communication variables external debt collector service to the level of customer satisfaction of bad credit at PT. Clipan Finance Indonesia Surabaya Branch.

Keywords: *Interpersonal Communication, Level of Satisfaction, Debt Collector*

Pendahuluan

Dalam suatu kegiatan usaha, baik itu perusahaan besar maupun kecil tujuan utamanya adalah memperoleh laba yang maksimal dalam rangka mempertahankan kelangsungan usahanya. Untuk mencapai tujuan tersebut manajemen harus mengelola perusahaannya dengan baik dan harus didukung oleh penetapan perencanaan, kebijakan, prosedur, pendelegasian wewenang, metode-metode dan standar pelaksanaan yang dapat diterapkan untuk mengevaluasi hasil yang dicapai.

Dengan semakin berkembangnya perusahaan, ruang lingkup perusahaan semakin luas, sehingga tugas dan wewenang pimpinan didelegasikan kepada orang lain. Dengan demikian pimpinan perusahaan membutuhkan laporan-laporan dan analisis kegiatan operasional agar dapat mengarahkan, mengendalikan, dan melindungi perusahaan dalam rangka usaha pencapaian tujuan. Kebutuhan akan laporan ini dapat dipenuhi dengan adanya sistem yang memadai dalam pengelolaan kegiatannya.

Dalam perusahaan pembiayaan (PT. Clipan Finance Indonesia) yang berusaha dalam usaha jasa pemberian pinjaman atau pemberian kredit, ada beberapa pengertian tentang PT. Clipan Finance Indonesia, yaitu:

1. Semua yang termasuk objek PT. Clipan Finance Indonesia adalah barang modal.
2. PT. Clipan Finance Indonesia diartikan sebagai perjanjian yang mengatur penyerahan hak untuk mempergunakan hak milik, pabrik, atau peralatan lainnya yang dapat disusutkan.
3. Pemilik harta yang menyediakan barang untuk dipakai haknya adalah pihak lain disebut *lessor*, sedangkan pihak yang menerima disebut *lessee*.

Didirikan sejak 15 Januari 1982, Clipan Finance merupakan salah satu perseroan pembiayaan tertua yang telah dikenal luas di Indonesia dengan produk layanan pembiayaan sewa guna usaha, pembiayaan konsumen, dan anjak piutang. Awal pendiriannya Clipan Finance merupakan perseroan patungan dengan pemegang saham Credit Lyonnais dari Perancis sebagai pemegang saham mayoritas dan PT Bank Pan Indonesia Tbk (Bank Panin). Clipan Finance merupakan perseroan pembiayaan yang pertama *go public* di tahun 1990. Kini pemegang saham Perseroan adalah 51,49% oleh PT Bank Pan Indonesia Tbk dan sisanya dimiliki oleh *investor* dan masyarakat luas.

Saat ini, total aset perseroan mencapai sebesar Rp. 6.641 miliar, jumlah piutang yang dikelola sebesar Rp. 6.486 miliar, dan jumlah laba bersih mencapai Rp. 398 miliar. Pencapaian perseroan pada lima tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan keuangan yang sangat signifikan. Terhitung sejak tahun 2010 sampai dengan tahun 2014, jumlah pendapatan, laba bersih dan jumlah aset perseroan masing-masing meningkat sebesar 160%, 98% dan 147%.

Kegiatan usaha perseroan lebih difokuskan pada pembiayaan konsumen otomotif *retail* yang *portfolio* nya telah mencapai 53% dari seluruh total *portfolio* kegiatan usaha perseroan. Sampai dengan akhir tahun 2014, Perseroan telah memiliki 18 kantor cabang dan 20 kantor pemasaran yang tersebar di wilayah Sumatera, Jawa, Bali, Kalimantan dan Sulawesi. Sebagai perseroan pembiayaan yang telah beroperasi lebih dari 32 tahun, perseroan memiliki reputasi dan struktur permodalan yang terus ditingkatkan. Kepercayaan dan dukungan penuh dari Bank Panin sebagai pemegang saham mayoritas menjadi salah satu kunci keberhasilan perseroan.

Perseroan memiliki strategi usaha yang terarah yang senantiasa mengacu pada prinsip kehati-hatian, ditunjang oleh struktur permodalan yang kuat dan jaringan usaha yang menyebar di berbagai wilayah Indonesia. Hal tersebut juga didukung oleh sumber daya manusia yang handal dan profesional dengan sistem teknologi yang canggih dan terintegrasi. Setelah 30 tahun berkiprah di Indonesia dengan bisnis Pembiayaan Konsumen, Sewa Pembiayaan, dan Anjak Piutang, perseroan menjadi perusahaan pembiayaan terbaik dengan pelayanan yang berkualitas yang didukung dan dipercaya oleh konsumen dan mitra kerja.

Sesuai dengan ketentuan pasal 3 ayat 1 Anggaran Dasar, maksud dan tujuan perseroan adalah menjalankan usaha sebagai Perseroan Pembiayaan dengan ruang lingkup kegiatan usaha pembiayaan sewa guna usaha, pembiayaan konsumen dan anjak piutang. Saat ini kegiatan usaha perseroan lebih difokuskan pada pembiayaan konsumen otomotif retail yang *portfolionya* telah mencapai 50% dari seluruh total *portfolio* kegiatan usaha perseroan.

Menjadi salah satu Perseroan Pembiayaan yang telah berhasil melewati krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997, telah membuktikan keberhasilan perseroan dalam menjaga dan melindungi aset perseroan dari eksposur terhadap berbagai risiko kerugian atas instrumen keuangan yang dapat mempengaruhi

kelangsungan usaha dan kondisi keuangan perseroan baik secara mikro maupun makro. Keberhasilan tersebut merupakan bukti nyata bahwa perseroan memiliki kesehatan aset yang baik dan juga merupakan bukti nyata dari komitmen yang kuat dan peran aktif manajemen perseroan dalam menerapkan praktik manajemen resiko yang berpedoman pada prinsip kehati-hatian. Kepercayaan dan dukungan penuh yang diberikan secara nyata dari Bank Panin selaku pemegang saham mayoritas terutama dari sisi pendanaan juga menjadi salah satu kunci keberhasilan perseroan melewati masa krisis.

Sampai dengan akhir tahun 2012, perseroan telah memiliki 18 kantor cabang dan 15 kantor pemasaran yang tersebar di wilayah Sumatera, Jawa, Bali, Kalimantan, dan Sulawesi. Pencapaian Perseroan pada lima tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan keuangan yang sangat signifikan. Terhitung sejak tahun 2008 sampai dengan tahun 2012, jumlah pendapatan, laba bersih, dan jumlah aset perseroan masing-masing meningkat sebesar 172%, 195% dan 202%.

Berawal dari tahun 2000 dan terus berlanjut hingga tahun 2012, berbagai penghargaan sebagai Perusahaan *Multifinance* terbaik telah diraih oleh perseroan dari berbagai media masa keuangan terkemuka, seperti InfoBank, Investor dan Forbes Indonesia. Asosiasi Perusahaan Pembiayaan Indonesia juga telah menobatkan perseroan sebagai Perusahaan *Multi Finance* terbaik pada tahun 2010, 2011, dan 2012.

Berdasarkan data yang ada, adapun perumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah: “Adakah pengaruh komunikasi interpersonal pelayanan *external debt collector* terhadap tingkat kepuasan nasabah kredit macet pada PT. Clipan Finance Indonesia Cabang Surabaya?”

Tinjauan Pustaka

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya (Devito, 2011). Menurut Devito (2011), komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan orang dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera (dalam Effendy, 2003: 30). Komunikasi interpersonal adalah komunikasi orang – orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam upaya

mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan.

Arus balik komunikasi interpersonal bersifat langsung, sehingga komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga. Pada saat komunikasi dilancarkan komunikator mengetahui secara pasti apakah komunikasinya positif atau negatif, berhasil atau tidaknya. Komunikator juga dapat memberikan kesempatan pada komunikan untuk bertanya seluas luasnya (Sunarto, 2011: 13).

Oleh karena keampuhan dalam mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan itulah maka bentuk komunikasi interpersonal seringkali digunakan untuk menyampaikan komunikasi persuasif (*persuasive communication*) yakni suatu teknik komunikasi secara psikologis manusiawi yang sifatnya halus, luwes, yang berupa ajakan bujukan atau rayuan. Dengan demikian maka setiap pelaku komunikasi akan melakukan empat tindakan yaitu membentuk, menyampaikan, menerima, dan mengolah pesan. Keempat tindakan tersebut lazimnya berlangsung secara berurutan dan membentuk pesan yang diartikan sebagai menciptakan ide atau gagasan dengan tujuan tertentu.

Berikut kerangka konseptual atau gambaran dari suatu hubungan konsep-konsep yang diturunkan dari beberapa teori dan dilambangkan dalam bentuk variabel bebas yaitu “X” dan variabel terikat yaitu “Y”.

1. Komunikasi interpersonal pelayanan *external debt collector* (X)

Komunikasi antar pribadi ini merupakan komunikasi tatap muka diantara dua orang atau lebih dimana terjadi efek umpan balik secara langsung dimana pesan yang disampaikan dapat berbentuk verbal maupun nonverbal dalam suatu usaha, kegiatan, atau suatu pekerjaan yang dilakukan oleh *external debt collector* yang bertujuan untuk menciptakan suatu hubungan komunikasi yang baik dan memberikan pemahaman tentang perusahaan oleh nasabahnya.

2. Tingkat kepuasan nasabah kredit macet (Y)

Level kepuasan nasabah merupakan perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dirasakan dengan harapannya dimana kepuasan atau ketidakpuasan nasabah

merupakan suatu penilaian apakah hubungan komunikasi tersebut memenuhi harapan nasabah atau tidak.

Dengan beberapa tinjauan pustaka di atas, penulis menyusun hipotesis atau dugaan sementara sebagai berikut:

- H_0 : Tidak ada pengaruh antara komunikasi interpersonal pelayanan *external debt collector* terhadap tingkat kepuasan nasabah kredit macet di PT. Clipan Finance Indonesia Cabang Surabaya.
- H_1 : Ada pengaruh antara komunikasi interpersonal pelayanan *external debt collector* terhadap tingkat kepuasan nasabah kredit macet di PT. Clipan Finance Indonesia Cabang Surabaya.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian menurut adalah korelasional. Korelasinya disebut korelasi sederhana (*simple correlation*) dimana dalam hal ini hanya menghubungkan dua variabel dan peneliti mencoba meneliti pengaruh diantara variabel, yaitu variabel bebas “komunikasi interpersonal pelayanan *external debt collector*” dengan variabel terikat “tingkat kepuasan nasabah kredit macet” (Rakhmat, 2016: 70).

Populasi penelitian ini adalah nasabah-nasabah kredit macet pada PT. Clipan Finance Indonesia Cabang Surabaya. Dalam tahap ini, penulis memilih populasi yaitu para nasabah kredit macet pada PT. Clipan Finance Indonesia Cabang Surabaya dikarenakan bagi yang telat melebihi prosedur yang berlaku, akan diberi kuasa kepada *external debt collector* untuk mengamankan unit milik PT. Clipan Finance Indonesia Cabang Surabaya. Kriteria sampel antara lain adalah:

1. Nasabah (kreditur) kredit macet minimal 3 bulan dan maksimal 5 bulan angsuran tertunggak hingga bulan Juli 2017.
2. Berdomisili di Surabaya.

Dari kriteria tersebut maka jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 17 orang (nasabah). Penentuan teknik sampling atau ukuran sampel berikut menggunakan *Total Sampling*. Teknik ini menentukan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini dikarenakan jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang.

Adapun operasionalisasi konsep dalam penelitian ini adalah:

1. Komunikasi Interpersonal Pelayanan *External Debt Collector*

Dalam komunikasi interpersonal terdapat 3 faktor utama yaitu: percaya (*trust*), sikap suportif, dan sikap terbuka. Selanjutnya pada variabel ini indikator yang dapat diambil adalah:

- a. Penyampaian Informasi. Proses komunikasi terjadi antara *external debt collector* dengan nasabah kredit macet, dimana komunikasi tersebut dijelaskan *external debt collector* kepada nasabah kredit macet tentang informasi angsuran tertunggak.
- b. Menumbuhkan Kepercayaan. Kegiatan ini merupakan kegiatan memupuk rasa kepercayaan yang ditimbulkan dari *external debt collector* terhadap nasabah kredit macet dalam proses komunikasi berlangsung.
- c. Keterbukaan Komunikasi. Kegiatan ini adalah dimana keterbukaan dalam sebuah komunikasi sangatlah penting untuk mendapatkan informasi yang pasti.
- d. Memberikan Respon Kembali. Tindakan ini adalah dimana *external debt collector* mampu memberikan respon kembali terhadap opini atau masalah yang diberikan oleh nasabah kredit macet.
- e. Pelayanan Persuasif. Kegiatan ini adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku nasabah kredit macet sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh *external debt collector*.
- f. Sikap dan Perilaku. Sikap dan perilaku yang terjadi pada saat proses komunikasi. Sangat besar pengaruhnya dalam menumbuhkan komunikasi interpersonal yang efektif.

2. Tingkat Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah variabel terikat yaitu tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah setelah mendapatkan pelayanan dari *external debt collector* yang bekerjasama dengan PT. Clipan Finance Indonesia Cabang Surabaya.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah survei. Perangkat yang digunakan adalah kuesioner yakni teknik pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden. Cara pengukuran dari aspek-aspek variabel-variabel dengan menggunakan jenjang (*rating scale*) untuk menunjukkan derajat penilaian terhadap tingkat kepuasan yang berhubungan dengan obyek yang diteliti dengan mengajukan pertanyaan (Susilo, 2012).

Untuk teknik pengolahan data, penelitian ini menggunakan *editing*, *koding*, dan tabulasi data. Pada tahapan ini, penulis memperhatikan data yang telah terkumpul melalui kuesioner. Tahap editing diperlukan untuk memperbaiki kualitas data. Setelah pada tahap editing, penulis perlu memberi kode (*coding*) untuk jawaban jawaban nasabah kredit macet. Hal ini dilakukan agar memudahkan penulis untuk melakukan analisis data. Untuk pemberian kode pada data dapat dilihat dari jawaban-jawaban pada kuesioner.

Setelah dua tahap tersebut selesai, penulis harus menggunakan tabulasi data, yakni proses pengolahan data yang dicantumkan ke dalam tabel. Penyajian data menggunakan tabel dapat memudahkan penulis dalam pengamatan dan evaluasi. Hasil penyajian data dalam tabel atau tabulasi data dapat menjadi gambaran tentang hasil penelitian. Hal ini dikarenakan data-data yang diperoleh sudah terangkum dan tersusun dalam tabel-tabel yang mudah dipahami.

Proses dari analisis kuantitatif dibagi menjadi 3 tahapan yang saling berkaitan erat. Tahap pertama adalah pendahuluan yang disebut tahap tabulasi data yaitu memasukkan data sebagai proses penggolongan data berdasarkan persamaannya. Misalnya data variabel bebas, data variabel terikat, data pertanyaan 1, data pertanyaan 2, dan seterusnya. Tahap berikutnya adalah tahap pokok yang disebut tahap pengolahan dan perhitungan data, dimana data yang telah selesai ditabulasi, selanjutnya dihitung dan diolah menggunakan rumus-rumus statistik. Adapun tahap yang terakhir pengolahan dan perhitungan data. Artinya dari hasil yang diperoleh pada tahap pengolahan dan perhitungan tersebut dijelaskan menggunakan data-data uraian dengan menggunakan kriteria yang telah ditentukan pada uji statistik (Sugiyono, 2010).

Adapun rumus-rumus statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisa regresi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh komunikasi interpersonal pelayanan *external debt collector* terhadap tingkat kepuasan nasabah di PT. Clipan Finance Indonesia Cabang Surabaya.

Adapun rumus digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

$$b = \frac{n \cdot \sum xy - (\sum x) \cdot (\sum y)}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \cdot \sum x}{n}$$

Keterangan:

x = Komunikasi interpersonal pelayanan *external debt collector*

y = Tingkat kepuasan nasabah

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

2. Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh antar variabel, yaitu antara variabel komunikasi interpersonal pelayanan *external debt collector* terhadap tingkat kepuasan nasabah kredit macet di PT. Clipan Finance Indonesia Cabang Surabaya. Analisis ini menggunakan rumus:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara x dan y

x = Variabel bebas (komunikasi interpersonal pelayanan *external debt collector*)

y = Variabel terikat (kepuasan nasabah)

n = Jumlah data

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika $r = 0$ atau mendekati 0, yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y) atau hubungan kedua variabel sangat lemah.

Jika $r = +1$ atau mendekati +1, yang berarti bahwa pengaruh dua variabel sangat erat dan searah.

Jika $r = -1$ yang berarti bahwa hubungan kedua variabel sangat erat dan berlawanan arah.

Untuk mengetahui koefisien determinasi digunakan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

3. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan apakah variabel bebas dan variabel terikat mempunyai pengaruh atau tidak pada tingkat signifikan tertentu, yang menggunakan rumus:

$$t_{test} = r \frac{\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah data

Hasil dan Pembahasan

Keberadaan PT. Clipan Finance merupakan fasilitas yang diberikan oleh Bank Panin sebagai lembaga pembiayaan bagi nasabah untuk mendapatkan kesempatan memberikan solusi keuangan terbaik bagi nasabah yang senantiasa menjaga dan meningkatkan kinerja keuangan secara sehat dan berperan aktif dalam pertumbuhan industri pembiayaan nasional. PT. Clipan Finance memiliki beberapa cabang di setiap kota di seluruh Indonesia, namun divisi regional Jawa Timur beralamat di Jl. Raya

Diponegoro No.235, Darmo, Wonokromo, Kota Surabaya, Jawa Timur 60241, Telepon: (031) 5623007.

Divisi *Collection* salah satunya PT. Clipan Finance bekerjasama dengan *External Debt Collector*. Dalam hal ini, Divisi *Collection* dituntut untuk mencapai target untuk menangani nasabah kredit macet, dan bekerjasama dengan *external debt collector* guna untuk meringankan penagihan di dalam Divisi *Collection*.

Dalam Divisi *Collection* terdapat *collector* internal, yang bertugas untuk melakukan penagihan kepada nasabah kredit macet. Sama halnya dengan tugas *external debt collector*. Tetapi dalam hal ini *collector* internal hanya dapat menangani nasabah kredit macet dibawah 90 hari keterlambatan. Di atas 90 hari, PT. Clipan Finance bekerjasama dengan jasa *external debt collector*.

Divisi *Collection* adalah divisi dari PT. Clipan Finance yang bergerak di bidang pelayanan nasabah kredit macet, yang juga dapat memberikan solusi terhadap nasabah kredit macet. Dalam penelitian ini ditekankan pada pelayanan *external debt collector* terhadap nasabah kredit macet. Dalam hal ini berkaitan dengan kinerja *external debtcollector* dalam berkomunikasi interpersonal yang baik.

Untuk mengetahui pengaruh di antara variabel-variabel yang ada pada suatu penelitian maka dibutuhkan suatu pembuktian melalui suatu data yang terperinci. Data yang disajikan berdasarkan dari masing-masing variabel yang didapat dari kuesioner yang disebarkan kepada responden.

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Adapun hasil perhitungan uji regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$a = \frac{53,32.175,38 - 53,66.168,52}{17(175,38) - (53,66)^2}$$

$$a = \frac{9351,26 - 9042,78}{2981,46 - 2879,40}$$

$$a = \frac{308,48}{102,06}$$

$$a = 3,02$$

$$b = \frac{17. 168,52 - (53,66). (53,32)}{17. 175,38 - (53,66)^2}$$

$$b = \frac{2864,84 - 2861,15}{2981,46 - 2879,40}$$

$$b = \frac{3,69}{102,06}$$

$$b = 0,04$$

Dari perhitungan regresi didapatkan hasil:

$$a = 3,02$$

$$b = 0,04$$

Lalu disubstitusikan ke dalam persamaan $Y = a + bX$ sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 3,02 + 0,04x$$

Hubungan antar variabel dalam persamaan dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) adalah 3,02 yang berarti jika variabel X tetap maka besarnya variabel Y adalah 3,02. Jika pengaruh komunikasi interpersonal *external debt collector* terhadap nasabah kredit macet tetap maka tingkat kepuasan tetap sebesar 3,02.
2. Nilai regresi (b) untuk X adalah 0,04 yang berarti jika variabel X dinaikan sebesar 1 maka akan terjadi peningkatan pada variabel Y sebesar 0,04. Jika pengaruh komunikasi interpersonal *external debt collector* terhadap nasabah kredit macet naik sebesar satuan maka tingkat kepuasan akan meningkat sebesar 0,04.

2. Analisis Korelasi

Adapun hasil perhitungan uji korelasi adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{17.168,52 - (53,66)(53,32)}{\sqrt{17(175,38) - 53,66^2} \cdot \sqrt{17(177,75) - 53,32^2}}$$

$$r = \frac{2864,84 - 2861,15}{\sqrt{2981,46 - 2879,40} \cdot \sqrt{3021,75 - 2843,02}}$$

$$r = \frac{3,69}{\sqrt{102,06} \cdot \sqrt{178,73}}$$

$$r = \frac{3,69}{10,1 \cdot 13,36}$$
$$r = \frac{3,69}{134,94}$$
$$r = 0,03$$

Dari hasil pengujian dengan menggunakan analisa korelasi maka didapatkan hasil 0,03 atau mendekati 1 yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel komunikasi interpersonal antara *external debt collector* dengan nasabah kredit macet terhadap tingkat kepuasan nasabah kredit macet di PT. Clipan Finance Indonesia Cabang Surabaya.

3. Uji Hipotesis

Uji ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Adapun hasil perhitungan t_{hitung} adalah sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$
$$t = 0,03 \frac{\sqrt{(17-2)}}{\sqrt{(1-0,03^2)}}$$
$$t = 0,03 \frac{\sqrt{15}}{\sqrt{1-0,0009}}$$
$$t = 0,03 \frac{3,87}{\sqrt{0,99}}$$
$$t = 0,03 \frac{3,87}{0,99}$$
$$t = 0,03 \cdot 3,91$$
$$t = 0,11$$

Berdasarkan perhitungan didapatkan hasil t_{hitung} sebesar 0,11 sedangkan nilai t_{tabel} (untuk $df=15$, $\alpha=5\%$) adalah sebesar 1,753. Maka $t_{hitung} (0,11) < t_{tabel} (1,753)$ dan berdasarkan kriteria pengujian berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel komunikasi interpersonal

pelayanan *external debt collector* terhadap tingkat kepuasan nasabah kredit macet di PT. Clipan Finance Indonesia Cabang Surabaya.

. Hal ini bisa dihubungkan dengan faktor-faktor lain yang berpotensi mempengaruhi. Faktor-faktor lain yang berpotensi mempengaruhi didasarkan atas beberapa asumsi mengenai hubungan antar variabel yang saling berpengaruh. Adapun faktor-faktor lain yang menjadi asumsi dalam kepuasan pelanggan dapat direntangkan dalam kelompok determinan lain yang belum diteliti. Dalam hal ini, komunikasi interpersonal pelayanan *external debt collector* sangat dibutuhkan dalam memberikan nasabah solusi dan cara pandang tentang suatu hal. Di sisi lain, juga masih ada probabilitas faktor komunikasi internal, kebijakan dan faktor pilihan rasional dalam menegosiasikan kredit macet.

Penutup

Dari hasil penelitian didapati nilai t_{hitung} sebesar 0,11 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,753 yang berarti bahwa nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} . Dengan demikian maka H_0 diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel komunikasi interpersonal pelayanan *external debt collector* terhadap tingkat kepuasan nasabah kredit macet di PT. Clipan Finance Indonesia Cabang Surabaya. Dengan demikian saran bagi penelitian yang mendatang adalah mengambil faktor-faktor lain yang diperkirakan dapat membawa pengaruh. Komunikasi yang terjalin baik melalui sebuah proses didasarkan atas beberapa faktor baik secara personal maupun institusional. Secara normatif yang menjadi tujuan dari komunikasi interpersonal pelayanan *external debt collector* adalah sebagai penghubung antar nasabah dengan PT. Clipan Finance Indonesia Cabang Surabaya. Komunikasi yang diharapkan adalah yang mengarah pada persuasif dan kooperatif. Oleh karena itu, dipandang perlu untuk memperhatikan secara komprehensif dan menyeluruh terhadap faktor-faktor yang diasumsikan dapat berpotensi berpengaruh terhadap proses komunikasi *external debt collector* terhadap nasabah. Di samping itu, juga perlu meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal dalam hal ini adalah tingkat kemampuan negosiasi *external debt collector* kepada nasabah kredit macet.

Daftar Pustaka

- Devito, J. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang Selatan: Kharisma Publisng Grup.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Rakhmat, J. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2010). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto, A.W. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susilo, D. (2012). *Preferensi Pendengar Pada Content Program Siaran Goyang Rekete Radio Warna 93.6 Fm Pasuruan* (Doctoral Dissertation, Universitas Airlangga).