

Analysis Of The Effect Of Business Communications And Emotional Intelligence On Business Success In Toko Maju Jaya Tanjung Morawa

Analisis Pengaruh Komunikasi Bisnis Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Toko Maju Jaya Tanjung Morawa

August Halomoan Siregar¹, Jenny Wijaya^{2*}

S.T. Manajemen Bisnis Multi Sarana Manajemen Administrasi Rekayasa Teknologi^{1,2}

[Jenniwijayaa@gmail.com²](mailto:Jenniwijayaa@gmail.com)

*Corresponding Author

ABSTRACT

This research is to analyze the effect of business communication on business success at the Maju Jaya store, Tanjung Morawa, to analyze the influence of emotional intelligence on business success at the Maju Jaya store, Tanjung Morawa, and to analyze the effect of business communication and emotional intelligence on business success at the Maju Jaya store, Tanjung Morawa. The research method to be used is descriptive quantitative, while the data collection method used is a questionnaire which will then be measured with a Likert scale. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis, partial testing, simultaneous testing and testing of the coefficient of determination. The results of this study indicate that partially or simultaneously the variables of business communication and emotional intelligence have a significant influence on business success at the Maju Jaya Tanjung Morawa store.

Keywords: Business Communication, Emotional Intelligence, Business Success

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh komunikasi bisnis terhadap keberhasilan usaha pada toko Maju Jaya Tanjung Morawa, menganalisis pengaruh kecerdasan emosional terhadap keberhasilan usaha pada toko Maju Jaya Tanjung Morawa serta untuk menganalisis pengaruh komunikasi bisnis dan kecerdasan emosional terhadap keberhasilan usaha pada toko Maju Jaya Tanjung Morawa. Metode penelitian yang akan digunakan adalah deskriptif kuantitatif, sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang kemudian akan diukur dengan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, pengujian parsial, pengujian simultan dan pengujian koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial maupun simultan variabel komunikasi bisnis dan kecerdasan emosional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha pada toko Maju Jaya Tanjung Morawa.

Keywords: Komunikasi Bisnis, Kecerdasan Emosional, Keberhasilan Usaha

1. Pendahuluan

Persaingan bisnis dewasa ini semakin ketat dari waktu ke waktu dimana hal ini terjadi karena adanya globalisasi dan perdagangan bebas. Selain itu, terdapat juga perihai lain yang membuat persaingan semakin terasa ketat yaitu akibat adanya perubahan yang cepat dalam selera, teknologi, dan juga kebutuhan para pelanggan. Untuk menghadapi persaingan, maka perusahaan perlu melaksanakan usaha kegiatan pemasaran yang baik dengan menggunakan berbagai strategi-strategi yang tepat agar dapat dengan cepat mencapai tujuan yang diinginkan.

Persaingan ini juga membuat perusahaan dituntut untuk memenangkan persaingan dengan cara mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya serta juga mempertahankan pelanggan yang sudah dimiliki agar terus melakukan pembelian secara rutin. Hal tersebut tentunya akan memberikan dampak tersendiri dan biasanya merupakan dampak yang baik dan berkaitan dengan penjualan yang biasanya menjadi salah satu tujuan utama dilaksanakannya kegiatan operasional perusahaan. Dengan adanya penjualan yang baik, perusahaan juga

mendapatkan laba yang memuaskan. Pada dasarnya penjualan dapat menjadi sumber kekuatan untuk memajukan, mengembangkan dan memenangkan persaingan.

Toko Maju Jaya merupakan sebuah toko yang bergerak dalam bidang perdagangan produk-produk kelontong yang berupa beras, gula, dan sebagainya. Untuk beberapa waktu terakhir ini, penjualan dari toko terus mengalami penurunan sehingga hal ini dikhawatirkan memperburuk keberhasilan usahanya. Keberhasilan usaha sebuah toko bergantung pada cara komunikasi dan juga kecerdasan emosional yang dimiliki oleh penjualnya dimana untuk hal ini penjualan toko semakin menurun dan menyebabkan hambatan pada perkembangan usahanya. Berdasarkan survei awal yang dilakukan, layanan di Toko Maju Jaya memberikan komunikasi yang kurang baik terhadap pelanggan karena disertai sikap emosional dan layanan yang kurang ramah.

2. Tinjauan Pustaka

Menurut (Christy, 2019), Komunikasi Bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik komunikasi verbal maupun nonverbal untuk mencapai tujuan.

Indikator Komunikasi Bisnis yang digunakan adalah:

1. Persepsi
2. Ketepatan
3. Kredibilitas
4. Pengendalian
5. Keharmonisan

Menurut (Suwatno, 2019), Kecerdasan Emosional adalah kemampuan yang berhubungan dengan emosi yang meliputi kemampuan untuk mengendalikan diri, memiliki daya tahan ketika menghadapi masalah, mampu mengendalikan impuls, memotivasi diri, mampu mengatur suasana hati, kemampuan berempati dan membina hubungan dengan orang lain.

Indikator Kecerdasan Emosional yang digunakan adalah:

1. Kesadaran Diri
2. Pengaturan Diri
3. Kesadaran Sosial
4. Pengaturan Hubungan

Menurut (Setiawan, 2019) Keberhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya dan menjadi bagian utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan.

Indikator Keberhasilan Usaha adalah:

1. Kemampuan menyesuaikan diri
2. Produktivitas
3. Kepuasan kerja
4. Kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya

3. Metode Penelitian

Lokasi dan Waktu

Lokasi penelitian adalah: Toko Maju Jaya beralamat di Jalan Perintis Kemerdekaan No. 647 Tanjung Morawa. Waktu penelitian dimulai dari Juli 2022 hingga Oktober 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi memiliki peranan yang sangat penting untuk membantu peneliti mendapatkan hasil yang diinginkan. Populasi bukan sekedar jumlah subjek atau objek yang kemudian dipelajari dan diteliti. Akan tetapi populasi harus bisa menunjukkan sifat-sifat dan semua karakter yang dimiliki oleh subjek atau objek yang akan diteliti tersebut. Populasi yang akan digunakan adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada toko tahun 2021 sebanyak 19.874 konsumen. Teknik menentukan sampel yang dipakai adalah rumus Slovin tingkat toleransi 10% dimana didapatkan sebanyak 100 sampel penelitian.

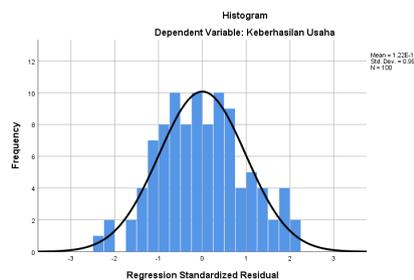
Metode Pengumpulan Data

Angket atau kuesioner merupakan salah satu cara untuk mengambil data dari responden dengan cara membuat daftar pertanyaan sesuai dengan data yang diperlukan peneliti dari objek yang akan diteliti, sedangkan studi pustaka adalah penelitian yang menggunakan buku sebagai objek penelitian. Untuk menilai tanggapan responden, penulis menggunakan skala Likert yang menggunakan beberapa item pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan menanggapi 5 poin pilihan pada setiap item pertanyaan.

4. Hasil dan Pembahasan

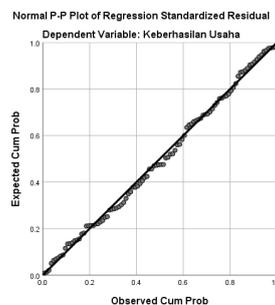
Uji Normalitas

Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang berdistribusi normal. Untuk melakukan uji normalitas seperti grafik histogram, grafik probabilitas normal plot regresi dan statistik satu sampel Kolmogorov Smirnov.



Gambar 1. Histogram Graphic

Berdasarkan gambar di atas, garis membentuk lonceng, tidak ke kiri atau ke kanan. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2. Normal Probability Plot of Regression Graphic

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Sehingga dari gambar tersebut disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

Tabel 1. One-Sample Kolmogorov Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.45270216
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.045
	Negative	-.034
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Source: Research Result, 2022

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov membuktikan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,1 yaitu 0,200 maka dapat disimpulkan bahwa data tergolong berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Jika antar variabel independen terjadi multikolinieritas sempurna, maka koefisien regresi variabel independen tidak dapat ditentukan dan nilai standar error menjadi tidak terhingga.

Jika multikolinieritas antar variabel tidak sempurna tapi tinggi, maka koefisien regresi variabel independen dapat ditentukan, tapi memiliki nilai standar error tinggi yang berarti nilai koefisien regresi tidak dapat diestimasi dengan tepat. Nilai *cutoff* yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah *tolerance* < 0,1 atau sama dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10.

Tabel 2. Multicollinearity Test

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.718	3.394		2.274	.025		
	Komunikasi Bisnis	.402	.076	.436	5.283	.000	.999	1.001
	Kecerdasan Emosional	.306	.068	.374	4.536	.000	.999	1.001

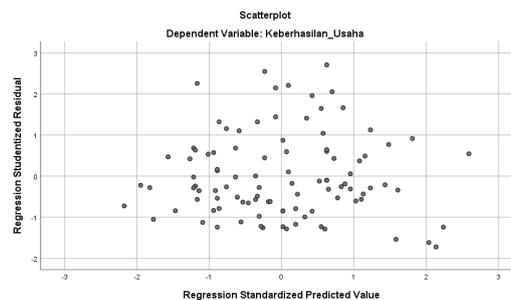
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Source: Research Result, 2022

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 yang dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan masalah pada uji multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah suatu kondisi dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana dalam model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3. Scatterplot Graphic

Berdasarkan grafik scatterplot yang disajikan dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas serta menyebar baik di atas maupun di bawah nol pada sumbu Y. Artinya tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pencapaian berdasarkan masukan dari variabel bebas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel bebas.

Tabel 3. Multiple Linear Regression Analysis Test

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.718	3.394		2.274	.025		
	Komunikasi Bisnis	.402	.076	.436	5.283	.000	.999	1.001
	Kecerdasan Emosional	.306	.068	.374	4.536	.000	.999	1.001

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Source: Research Result, 2022

$$Y = 7,718 + 0,402 X_1 + 0,306 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas, dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Konstanta (α) = 7.718 menunjukkan nilai konstan, jika nilai variabel independen (X_1) adalah: komunikasi bisnis dan variabel (X_2) adalah: kecerdasan emosional bernilai 0, maka keberhasilan usaha adalah: masih bernilai 7.718.
2. Koefisien $X_1(b_1)$ = 0,402 menunjukkan bahwa variabel komunikasi bisnis (X_1) berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha sebesar 0,402. Artinya: setiap kenaikan nilai komunikasi bisnis (X_1) sebesar 1 satuan, maka nilai keberhasilan usaha akan meningkat sebesar 40,2%.
3. Koefisien $X_2(b_2)$ = 0,306 menunjukkan bahwa variabel kecerdasan emosional (X_2) berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha sebesar 0,306. Artinya: setiap kenaikan nilai kecerdasan emosional (X_2) sebesar 1 satuan, maka nilai keberhasilan usaha akan meningkat sebesar 30,6%.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara 2 variabel. Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase variasi nilai dependen yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang dihasilkan dan sisanya (100% dikurangi koefisien determinasi) menunjukkan besarnya variasi nilai variabel dependen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar persamaan.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.584 ^a	.341	.328	2.478	

Source: Research Result, 2022

Berdasarkan tabel di atas, nilai Adjusted R Square (Adjusted R²) yang telah dikorelasikan dengan jumlah variabel dan ukuran sampel sehingga dapat mengurangi unsur bias jika terjadi penambahan variabel atau tambahan ukuran sampel yang diperoleh adalah 0,328. Artinya pengaruh komunikasi bisnis dan kecerdasan emosional terhadap keberhasilan usaha adalah: 32,8% dan sisanya 67,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti: layanan, harga, kegiatan promosi, perilaku konsumen dan variabel lainnya.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Pengujian menggunakan taraf signifikansi 5%. Kriteria penilaian hipotesis dalam uji F ini adalah:

H₀ Diterima jika: Fhitung < Ftabel

H_a Diterima jika: Fhitung > Ftabel

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	308.801	2	154.400	25.148	.000 ^p
	Residual	595.559	97	6.140		
	Total	904.360	99			

Source: Research Result, 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai Fhitung (25,148) > Ftabel (2,36) dengan taraf signifikan 0,00 < 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara komunikasi bisnis dan kecerdasan emosional terhadap keberhasilan usaha.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Pengujian menggunakan taraf signifikansi 0,05 dan uji dua sisi. Kriteria penilaian hipotesis dalam uji t ini adalah H₀ Diterima jika: thitung < ttabel

H_a Diterima jika: thitung > ttabel

Tabel 6. Hasil Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.718	3.394		2.274	.025		
	Komunikasi Bisnis	.402	.076	.436	5.283	.000	.999	1.001
	Kecerdasan Emosional	.306	.068	.374	4.536	.000	.999	1.001

Source: Research Result, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa:

1. Pada variabel komunikasi bisnis (X1) dapat diketahui bahwa nilai thitung (5,283) > ttabel (1,660) dengan signifikansi $0,000 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara komunikasi bisnis terhadap keberhasilan usaha.
2. Pada variabel kecerdasan emosional (X2) dapat diketahui bahwa nilai thitung (4,536) > ttabel (1,660) dengan signifikansi $0,000 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kecerdasan emosional terhadap keberhasilan usaha.

5. Penutup

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat peneliti tarik dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: Komunikasi bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada toko Maju Jaya Tanjung Morawa. Kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada toko Maju Jaya Tanjung Morawa. Komunikasi bisnis dan kecerdasan emosional secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada toko Maju Jaya Tanjung Morawa.

Saran

Saran yang dapat peneliti berikan dari hasil penelitian ini adalah toko dapat meningkatkan keberhasilan usahanya dengan cara meningkatkan komunikasi yang dilakukan selama menjalankan aktivitas usahanya serta juga meningkatkan kecerdasan emosional yang dimiliki sehingga dapat lebih mudah memahami konsumen dan juga dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Daftar Pustaka

- Arifin, J. (2018). *SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Danawira, Ardha. (2019). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Richeese Factory Rempoa." *Jurnal Ilmu Manajemen*. Palembang.
- Darmis. (2021). *Hal-Hal Yang Mempengaruhi Harga Kamar*. Solo : Yayasan Lembaga Gumun.
- Drummond, K. E., dan Brefere, L. M. (2017). *Nutrition for Foodservice and Culinary Professionals*. Penerbit John Wiley & Sons Incs, Canada.
- Fathoroni, A., dkk. (2020). *Buku Tutorial Sistem Pendukung Keputusan Penilaian Kinerja Dosen Menggunakan Metode 360 Degree Feedback*. Bandung : Kreatif Industri Nusantara.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta : Deepublish Publisher
- Ghodang, Hironymus. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur Dengan SPSS*. Medan : Penerbit Mitra Grup.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Iffathurjannah, Mitha Indriyani dan Harti. (2021). Pengaruh Keamanan Makanan, Harga, dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Akuntabel*. Surabaya.
- Ismainar, H. (2018). *Keselamatan Pasien di Rumah Sakit*. Yogyakarta : Deepublish Publisher.