



Jurnal Ilmiah Aset
Vol. 27 No. 2

November 2025
p-ISSN 1693-928X
e-ISSN 2685-9629

Mengelola Keluhan Digital: Studi tentang Kualitas Komunikasi dan Penanganan Masalah Aplikasi DANA pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

Adelina Lubis
Ihsan Effendi
Alexander Sebastian Pangaribuan
Maysri Handayani Putri Sinaga

Universitas Medan Area
Universitas Negeri Medan
Medan, Sumatera Utara
Email: adelina@staff.uma.ac.id

Abstract: This study aims to determine the effect of communication quality and problem handling on user complaints of the DANA application, especially for students of the Faculty of Economics, State University of Medan. The background of this study is the increasing user complaints about the DANA application, such as slow customer service response, failed transactions, and lack of clarity in problem solving. This study used a quantitative approach with a survey method, and data were obtained through questionnaires distributed to 100 respondents selected by purposive sampling. The research instrument measured three variables: communication quality (X_1), problem handling (X_2), and user complaints (Y), with a Likert scale of 1-5. The reliability test results show that all variables have Cronbach's Alpha values above 0.8, which means they are highly reliable. The results of multiple linear regression analysis show that communication quality has a positive and significant effect on user complaints (t count = 2.206; sig = 0.03), and problem handling has a significant negative effect (t count = -2.480; sig = 0.015). The simultaneous test (F count = 5.190; sig = 0.007) shows that both variables together have a significant effect on user complaints. This study concludes that improving communication and problem handling can reduce the level of complaints and increase user satisfaction with the DANA application.

hal. 71-79
DOI: 10.37470/1.27.2.253

Diterima : 29 Oktober 2025
Disetujui : 14 Oktober 2025

Keywords : communication quality, problem handling, user complaints, DANA, digital wallet

PENDAHULUAN

Keluhan pengguna aplikasi DANA memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas komunikasi dan efektivitas penanganan masalah. Melalui keluhan, perusahaan dapat memperoleh umpan balik langsung mengenai kelemahan dalam sistem, baik dari sisi teknis maupun pelayanan. Respon terhadap keluhan tersebut menjadi indikator utama kualitas komunikasi yang diterapkan oleh tim layanan pelanggan. Komunikasi yang cepat, jelas, dan empatik menunjukkan bahwa perusahaan menghargai penggunanya dan berkomitmen untuk memberikan solusi yang terbaik (Lubis, Alfahmi, et al., 2025). Sebaliknya, respons yang lambat atau tidak memadai dapat merusak kepercayaan pengguna dan memperburuk citra

layanan. Selain itu, keluhan juga berfungsi sebagai dasar untuk memperbaiki dan mengembangkan fitur atau sistem yang ada agar lebih responsif terhadap kebutuhan pengguna. Penanganan keluhan yang baik bahkan dapat memperkuat loyalitas pelanggan, karena pengguna merasa didengarkan dan dihargai (Munthe et al., 2025). Oleh karena itu, dalam konteks layanan digital seperti DANA, keluhan pengguna bukan hanya masalah yang harus diselesaikan, tetapi juga peluang untuk membangun komunikasi yang lebih manusiawi dan meningkatkan kualitas layanan secara menyeluruh (Hermawati, 2023).

Menurut penelitian oleh (Zulfansyah et al., 2024), dimensi "contact" atau kemudahan komunikasi dengan penyedia layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan

pengguna aplikasi DANA (Zulfansyah et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa responsivitas dan aksesibilitas tim dukungan pelanggan sangat berpengaruh dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi pengguna. Penelitian tersebut juga menekankan pentingnya kehadiran tim dukungan yang siap menjawab kebutuhan dan kendala konsumen secara cepat dan efektif (Zulfansyah et al., 2024). Selain itu, studi oleh (Fitriani Hasanah, 2021) menyoroti bahwa keandalan, daya tanggap, dan jaminan dalam pelayanan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi DANA (Fitriani Hasanah, 2021). Dengan demikian, penanganan keluhan yang cepat, jelas, dan empatik tidak hanya menyelesaikan permasalahan teknis, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas pengguna terhadap layanan dompet digital tersebut (Lubis, Teviana, et al., 2025).

Aplikasi Dana didirikan pada tahun 2017 sebagai hasil pengembangan dari PT Espay Debit Indonesia Koe (EDIK) yang telah memiliki izin resmi, telah dilisensikan oleh Bank Indonesia sebagai e-money, e-wallet, serta layanan keuangan digital (Z. Y. Firdaus et al., 2022). Berdasarkan sebuah survei yang dilakukan oleh Populix menunjukkan, bahwa DANA menjadi aplikasi kedua yang paling banyak digunakan sekitar 83% pengguna. Namun, sayangnya ada banyak pendapat buruk tentang kepercayaan pada aplikasi DANA di mana DANA kurang perhatian pada sistem layanan aplikasi, ada juga komentar negatif di Google Play Store, yang mengarah ke sistem layanan aplikasi DANA (Lisna et al., 2024).

Berdasarkan penelitian (Septian et al., 2023) terdapat beberapa permasalahan yang dialami pengguna DANA. Semua permasalahan tersebut terekam dalam analisis sentimen yang dilakukan menggunakan model BERT terhadap 1.331 komentar Instagram. Mayoritas komentar (lebih dari 75%) bernada negatif, menunjukkan adanya persepsi ketidakpuasan yang dominan dari pengguna terhadap layanan aplikasi DANA. Adapun permasalahan yang dialami yaitu Top-Up Gagal, Tidak Mendapatkan CashBack, Pelayanan yang Tidak Jelas atau Tidak Tanggung Jawab, Akun Diretas serta Kurangnya Bantuan dari Pihak Dana, Batasan Transaksi Premium yang Membingungkan dan juga Respon Layanan Pelanggan yang Lambat atau Tidak Ada.

Kualitas komunikasi dan penanganan masalah yang baik memiliki peranan penting dalam memberikan solusi terhadap keluhan pelanggan (Hutagalung et al., 2025). Komunikasi yang efektif dimulai dengan kemampuan mendengarkan keluhan secara empatik, yang membuat pelanggan merasa

didengar dan dihargai (Izzah & Lubis, 2025). Respons yang cepat terhadap keluhan juga menjadi kunci penting, karena menunjukkan bahwa perusahaan tanggap dan serius menangani masalah yang dihadapi pengguna. Selain itu, penyampaian solusi yang jelas, tepat, dan sesuai dengan konteks permasalahan akan membangun kembali kepercayaan pelanggan (Wahyudi, 2024). Transparansi dalam menjelaskan proses penyelesaian keluhan juga turut menciptakan pemahaman yang baik dan menghindari kesalahpahaman antara pelanggan dan Perusahaan (Naibaho et al., 2025). Tidak kalah penting, pemanfaatan teknologi seperti media sosial dan chatbot turut meningkatkan efisiensi dalam penanganan keluhan secara real-time (Teviana, Lubis, & Haq, 2025). Dengan mengintegrasikan komunikasi yang terbuka dan sistem penanganan keluhan yang terstruktur, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan memperkuat citra positif di mata pelanggan (A. Firdaus et al., 2024).

Penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Komunikasi dan Penanganan Masalah terhadap Keluhan Pengguna Aplikasi DANA" harus dilakukan karena adanya peningkatan signifikan dalam penggunaan dompet digital di Indonesia, khususnya DANA, yang juga diiringi dengan semakin banyaknya keluhan pengguna yang tersebar di berbagai platform, terutama media sosial seperti Instagram. Meskipun aplikasi DANA menawarkan berbagai layanan keuangan digital yang praktis dan cepat, banyak pengguna mengeluhkan permasalahan seperti transaksi gagal, saldo hilang, keterlambatan respon customer service, hingga kurangnya transparansi dalam penanganan masalah. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi pengguna dengan pelayanan yang diberikan.

Dengan meneliti pengaruh kualitas komunikasi dan penanganan masalah terhadap keluhan tersebut, diharapkan dapat ditemukan hubungan yang jelas antara bagaimana perusahaan berkomunikasi dan menangani masalah dengan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pengguna. Hasil penelitian ini sangat penting sebagai dasar pengambilan keputusan untuk meningkatkan sistem layanan pelanggan, menyusun strategi komunikasi yang lebih empatik dan responsif, serta menciptakan standar penanganan masalah yang lebih baik. Selain itu, temuan dari penelitian ini juga dapat menjadi masukan penting bagi perusahaan fintech lainnya agar mampu mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri yang sangat ketat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terlihat bahwa keluhan pengguna

terhadap layanan aplikasi DANA masih menjadi permasalahan yang cukup signifikan, terutama di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan sebagai pengguna aktif layanan digital tersebut. Keluhan yang muncul berkaitan dengan transaksi gagal, lambatnya respon layanan pelanggan, hingga kurangnya kejelasan dalam penyelesaian masalah, menunjukkan adanya kemungkinan keterkaitan antara kualitas komunikasi serta sistem penanganan masalah dengan intensitas keluhan yang disampaikan oleh pengguna. Penelitian ini difokuskan untuk mengkaji pengaruh kualitas komunikasi terhadap keluhan pengguna, penanganan masalah turut mempengaruhi keluhan pengguna dan apakah kedua faktor tersebut secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keluhan pengguna aplikasi DANA.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana kualitas komunikasi dalam layanan pelanggan aplikasi DANA berpengaruh terhadap keluhan yang disampaikan oleh pengguna, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis pengaruh penanganan masalah yang dilakukan oleh pihak DANA terhadap intensitas dan jenis keluhan yang dialami pengguna. Secara simultan, penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji apakah kualitas komunikasi dan penanganan masalah secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keluhan pengguna aplikasi DANA. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan atau ketidakpuasan pengguna serta menjadi dasar bagi peningkatan strategi layanan pelanggan yang lebih efektif dan responsif.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dengan menggunakan simbol tertentu guna membangun hubungan atau memelihara hubungan dengan cara bertukar informasi, wawasan atau pengetahuan untuk dapat mengubah perilaku dan sikap (Fauzi et al., 2025). Komunikasi yang terjalin antara pengirim pesan dan penerima pesan menimbulkan timbal balik antar keduanya. Komunikasi interpersonal dianggap berkualitas, apabila pesan dapat tersampaikan dan mendapatkan umpan balik seketika. Bentuk komunikasi pemasaran dianggap lebih rumit dalam menggiring penyampaian pesan, melalui strategi komunikasi yang tepat dengan

perencanaan yang matang (Yuliani & Luhgatno, 2023).

Adapun fungsi dari komunikasi interpersonal itu sendiri adalah sebagai berikut (Yuliana & Rahadi, 2021):

- 1) Memperoleh tanggapan/umpan balik. Ini sebuah pertanda efektivitas proses komunikasi.
- 2) Membuat prediksi setelah mengevaluasi respon/umpan balik.
- 3) Pengendalian perilaku atas lingkungan sosial, yaitu kemampuan mengajak atau membujuk orang lain untuk mengubah perilakunya.

Kualitas komunikasi mengacu pada sejauh mana interaksi antara individu berlangsung secara efektif, ditandai dengan pemahaman yang jelas, empati, dan hubungan yang saling menguntungkan (Teviana, Lubis, & Ampun, 2025). Komunikasi yang berkualitas tinggi tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan antar individu yang solid dan efektif (Indriani et al., 2024).

Menurut Joseph A. DeVito, terdapat lima elemen utama yang mempengaruhi kualitas komunikasi interpersonal (Sidiq, 2024):

- 1) Keterbukaan (*Openness*): Kesediaan untuk berbagi informasi secara jujur dan transparan.
- 2) Empati (*Empathy*): Kemampuan untuk memahami dan merasakan perasaan orang lain.
- 3) Sikap Mendukung (*Supportiveness*): Memberikan dukungan emosional dan positif dalam interaksi.
- 4) Sikap Positif (*Positiveness*): Menjaga sikap optimis dan menghargai dalam komunikasi.
- 5) Kesetaraan (*Equality*): Menghargai pandangan dan kontribusi semua pihak secara setara.

Kelima faktor ini saling berinteraksi untuk menciptakan komunikasi yang efektif dan membangun hubungan interpersonal yang sehat (Sidiq, 2024).

Komunikasi yang efektif berperan penting dalam membangun dan memelihara hubungan interpersonal yang berkualitas (Lubis, Aprinawati, et al., 2025). Hal ini mencakup kemampuan untuk menyelesaikan konflik, meningkatkan kepercayaan, dan memperkuat jaringan sosial serta professional (Ardiyani, 2013).

Kualitas komunikasi yang tinggi ditandai dengan keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan. Faktor-faktor ini sangat penting untuk membangun hubungan interpersonal yang sehat dan efektif, baik dalam konteks pendidikan maupun kehidupan sehari-hari (SENERU & ASTIKA, 2024). Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip

komunikasi yang efektif, individu dapat meningkatkan kualitas interaksi dan hubungan mereka dengan orang lain (Anggraini et al., 2022).

Penanganan Masalah

Dalam (Jatmiko, 2022) dikatakan secara umum penanganan adalah solusi atau jalan keluar dari perusahaan atas permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan setelah mendengar keluhan dari pelanggan dan memahami dengan baik masalah apa yang sedang dihadapi dan jenis permasalahan apa yang sedang dialami oleh pelanggan (Jatmiko, 2022). Penanganan keluhan yang diberikan perusahaan dapat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Ketika konsumen merasakan kemudahan dalam pengajuan keluhan maka dapat memungkinkan mereka untuk bersikap loyal terhadap perusahaan dalam jangka panjang (Syafrida & Indrawati, 2024).

Penanganan masalah merupakan proses sistematis yang melibatkan identifikasi, analisis, dan penyelesaian isu-isu yang kompleks (Nasution & Lubis, 2025). Dalam konteks modern, pendekatan tradisional yang bersifat hierarkis seringkali kurang efektif dalam menyelesaikan tantangan yang dinamis. Sebagai alternatif, metode seperti design thinking telah diadopsi secara luas karena menempatkan kebutuhan pengguna sebagai pusat dari proses penyelesaian masalah (Teviana, Lubis, Pandiangan, et al., 2025). Pendekatan ini mendorong kolaborasi lintas disiplin dan iterasi solusi yang berkelanjutan, sehingga lebih adaptif terhadap perubahan situasi (Warassih & Supriyoso, 2024).

Keluhan Pengguna Digital

Keluhan pengguna mencerminkan berbagai tantangan yang dihadapi dalam penggunaan layanan dompet digital ini (Fitriani Hasanah, 2021). Beberapa pengguna melaporkan kesulitan dalam mengakses saldo akibat kesalahan teknis, yang menimbulkan ketidaknyamanan dan kekhawatiran terkait keamanan dana mereka (Lubis, Muliono, et al., 2025). Masalah ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk meningkatkan stabilitas sistem dan keandalan layanan (Zahra et al., 2024).

Selain itu, terdapat keluhan mengenai keterlambatan respon dari layanan pelanggan, di mana sekitar 73% responden merasa tidak mendapatkan tanggapan yang cepat, dan 70% merasa bahwa layanan pelanggan tidak membantu dalam menyelesaikan masalah mereka. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan dalam pelatihan staf layanan pelanggan dan implementasi sistem pelacakan insiden yang efektif (Syadzwah et al., 2024).

Pengguna juga mengungkapkan ketidakpuasan terhadap fitur aplikasi yang belum memenuhi harapan mereka, serta adanya gangguan atau error yang mengganggu jalannya transaksi. Meskipun sebagian besar fitur bekerja dengan baik, namun masih terdapat aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan (Zulfansyah et al., 2024).

Penurunan rating aplikasi DANA di Google Playstore juga menjadi indikator adanya ketidakpuasan pengguna, yang disebabkan oleh seringnya terjadi error dan berbagai keluhan lainnya. Hal ini menekankan pentingnya perbaikan berkelanjutan dalam kualitas layanan dan respons terhadap umpan balik pengguna (Nurul Huda et al., 2023).

Secara keseluruhan, keluhan-keluhan ini menyoroti pentingnya peningkatan kualitas komunikasi dan penanganan masalah dalam aplikasi DANA untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna. Dengan menanggapi keluhan secara proaktif dan melakukan perbaikan yang diperlukan, DANA dapat memperkuat posisinya sebagai penyedia layanan dompet digital yang andal dan responsif terhadap kebutuhan penggunanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh kualitas komunikasi dan penanganan masalah terhadap keluhan pengguna aplikasi Dana. Lokasi penelitian dilakukan di Universitas Negeri Medan dengan populasi target mahasiswa aktif pengguna aplikasi Dana. Sampel diambil secara purposive sampling sebanyak 100 responden yang memenuhi kriteria:

- 1) Aktif menggunakan aplikasi Dana minimal 6 bulan terakhir,
- 2) Pernah mengalami masalah teknis atau layanan dalam penggunaan aplikasi,
- 3) Bersedia mengisi kuesioner secara lengkap.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup yang disebarluaskan secara daring menggunakan Google Form. Instrumen penelitian terdiri dari tiga variabel: kualitas komunikasi (X_1), penanganan masalah (X_2), dan keluhan pengguna (Y). Setiap variabel diukur menggunakan skala Likert 1–5 (1: Sangat Tidak Setuju hingga 5: Sangat Setuju). Validitas instrumen diuji dengan content validity melalui penilaian tiga ahli bidang manajemen dan teknologi informasi, sedangkan reliabilitas diukur menggunakan Cronbach's Alpha ($\alpha \geq 0,7$).

Analisis data dilakukan dalam dua tahap. Pertama, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedas-

tisitas. Kedua, analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS versi 26 untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis diuji dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Prosedur penelitian dimulai dari persiapan instrumen, uji validitas-reliabilitas, penyebaran kuesioner, hingga pengolahan dan interpretasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Suatu variabel dikatakan reliabel apabila mempunyai koefisien cronbach's alpha sebesar 0,07. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 1. Berdasarkan output yang diperoleh, terlihat bahwa nilai Sig. adalah $0,200 > 0,05$ yang berarti variasi skor variabel kualitas komunikasi

dan penanganan masalah berdistribusi normal.

- Berdasarkan hasil Hasil Uji Multikolinearitas terlihat bahwa nilai tolerance adalah 0,836 dan nilai VIF adalah 1.196 untuk variabel kualitas komunikasi. Pada hal ini disimpulkan bahwa $0,836 > 0,100$ dan $7,056 < 10,00$ yang menyatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada variabel kualitas komunikasi pada keluhan pengguna.
- Berdasarkan hasil Hasil Uji Multikolinearitas terlihat bahwa nilai tolerance adalah 0,836 dan nilai VIF adalah 1.196 untuk variabel kualitas komunikasi. Pada hal ini disimpulkan bahwa $0,836 > 0,100$ dan $7,056 < 10,00$ yang menyatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada variabel penanganan masalah pada keluhan pengguna.

Tabel 1
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil Perhitungan <i>Cronbach Alpha</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Komunikasi (X^1)	0,825	0,07	Reliabilitas
Penanganan Masalah (X^2)	0,914	0,07	Reliabilitas
Keluhan Pelanggan (Y)	0,857	0,07	Reliabilitas

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas
One-sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,00445542
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,073
	Negative	-,059
Test Statistic		,073
Asymp. Sig (2-tailed) ^c		,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig	,208
	99% Confidence Interval	Lower Bound ,197 Upper Bound ,218

- Test distribution is Normal
- Calculated from data
- Lillefors Significance Correction
- This is a lower bound of the true significance
- Lillefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Collinearity Statistic	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	13,560	2,924		4,638	<,001		
Kualitas Komunikasi	,333	,156	,231	2,136	,035	,836	1,196
Penanganan Masalah	-,189	,110	-,186	-1,726	,088	,836	1,196

- a. Dependent Variable: Keluhan Pengguna

Tabel 4
Uji Hipotesis (Regresi Linier Berganda)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	11,158	4,973			2,243	,027
Kualitas Komunikasi	,522	,237	,213		2,206	,030
Penanganan Masalah	-,263	,106	-,240		-2,480	,015

a. Dependent Variable: Keluhan Pengguna

Tabel 5
Uji F

	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	108,740	2	54,307	5,190	,007 ^b
Residual	1016,260	97	10,477		
Total	1125,000	99			

a. Dependent Variable: Keluhan Pengguna

Uji t

Berdasarkan persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta menunjukkan pengaruh positif antar variabel. Dengan hasil uji t pada penelitian tersebut yaitu sebagai berikut:

Nilai t tabel = $100 - 2 = 98 = 1,6605$

- Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai t hitung = 2,206 dan nilai signifikansi 0,03 pada variabel kualitas komunikasi. Hal ini berarti $2,206 > 1,6605$ dan nilai signifikansi $0,03 < 0,05$ yang berarti variabel kualitas komunikasi memiliki pengaruh positif terhadap keluhan pengguna.
- Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai t hitung = -2,480 dan nilai signifikansi 0,015 pada variabel penanganan masalah. Hal ini berarti $-2,480 > 1,6605$ dan nilai signifikansi $0,015 < 0,05$ yang berarti variabel penanganan masalah memiliki pengaruh negatif terhadap keluhan pelanggan.

Uji F

Nilai F tabel = $100 - 3 = 97 = 2,70$. Nilai F hitung = $5,190 > 2,70$ dan nilai signifikansi 0,007 $< 0,05$ yang berarti secara simultan ada pengaruh antara kualitas komunikasi dan penanganan masalah terhadap keluhan pelanggan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas komunikasi dan penanganan masalah secara signifikan mempengaruhi keluhan pengguna aplikasi DANA. Namun, pemaknaan terhadap temuan ini tidak bisa hanya dilihat secara permukaan, karena konteks digitalisasi layanan dan karakteristik pengguna muda seperti mahasiswa menuntut pendekatan yang lebih kritis.

Pertama, variabel kualitas komunikasi terbukti berpengaruh positif secara signifikan terhadap keluhan pengguna. Artinya, semakin baik kualitas komunikasi yang diterapkan pihak layanan pelanggan DANA, semakin besar kemungkinan pengguna menyampaikan keluhannya. Hal ini secara sepintas tampak kontradiktif karena komunikasi yang baik biasanya diasosiasikan dengan penurunan keluhan. Namun secara kritis, hal ini justru menegaskan bahwa komunikasi yang efektif menciptakan ruang aman bagi pengguna untuk bersuara. Dengan kata lain, komunikasi yang terbuka, empatik, dan responsif bukan serta-merta menurunkan frekuensi keluhan, melainkan mendorong pengguna untuk lebih aktif menyampaikan masalah mereka karena merasa didengarkan dan dihargai.

Hal ini menunjukkan bahwa dalam ekosistem layanan digital, keluhan bukan hanya indikator ketidakpuasan, melainkan juga ekspresi keterlibatan (*engagement*). Komunikasi yang berkualitas membentuk ekspektasi pengguna bahwa keluhan mereka akan ditangani secara serius. Maka, tantangan selanjutnya bagi DANA bukan sekadar mempertahankan komunikasi yang baik, tetapi juga mengelolanya agar tidak menciptakan harapan yang melebihi kapasitas respons perusahaan. Jika tidak seimbang, komunikasi yang baik tanpa penyelesaian konkret justru akan memperbesar kekecewaan.

Kedua, variabel penanganan masalah memberikan pengaruh negatif yang signifikan terhadap keluhan pengguna. Ini konsisten dengan logika manajerial bahwa semakin baik penanganan suatu masalah, semakin rendah tingkat keluhan yang disampaikan. Namun

demikian, perlu digaris bawahi bahwa "penanganan" tidak semata berarti memberikan jawaban atau klarifikasi, melainkan mencakup penyelesaian tuntas yang mampu memulihkan kepercayaan pengguna. Di sinilah letak kesenjangan layanan yang sering terjadi: pengguna mendapatkan respon, tetapi tidak mendapatkan solusi.

Kritiknya adalah, banyak perusahaan digital seperti DANA yang masih terpaku pada respons cepat (*respon time*), padahal pengguna semakin menuntut kualitas respons (*solution quality*). Hal ini terlihat dari komentar pengguna di berbagai platform seperti Google Play Store yang tidak hanya mengeluhkan keterlambatan, tetapi juga ketidakjelasan penyelesaian. Artinya, pendekatan penanganan masalah harus bergerak dari sekadar tanggap menjadi transparan, adaptif, dan berorientasi hasil.

Ketiga, secara simultan, kualitas komunikasi dan penanganan masalah secara bersama-sama terbukti mempengaruhi keluhan pengguna. Ini menegaskan bahwa kedua aspek ini tidak bisa berjalan sendiri-sendiri. Komunikasi yang baik tanpa penanganan yang memadai akan dianggap omong kosong. Sebaliknya, solusi teknis tanpa disampaikan dengan komunikasi yang empatik akan dianggap kaku dan tidak manusiawi. Oleh karena itu, keseimbangan antara pendekatan emosional dan fungsional sangat penting dalam membangun sistem layanan pelanggan digital yang efektif.

Implikasi dari temuan ini cukup strategis. DANA tidak cukup hanya meningkatkan performa teknis aplikasi, melainkan juga harus membangun budaya layanan berbasis empati dan akuntabilitas. Tim *customer service* perlu dilatih bukan hanya dalam hal teknis, tetapi juga dalam membangun interaksi manusiawi di tengah lingkungan digital yang serba otomatis. Terlebih di era digital saat ini, di mana satu pengalaman buruk pengguna dapat menyebar dengan cepat melalui media sosial dan mempengaruhi citra brand secara luas.

KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas komunikasi dan penanganan masalah terhadap keluhan pengguna aplikasi DANA pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh bahwa kedua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap keluhan yang disampaikan oleh pengguna. Kualitas komunikasi yang baik, seperti komunikasi yang jelas, empatik, dan responsif, terbukti dapat menurunkan tingkat keluhan yang muncul. Demikian pula,

penanganan masalah yang cepat, tepat, dan sistematis juga berdampak pada berkurangnya intensitas keluhan pengguna terhadap layanan aplikasi

Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa kualitas komunikasi dan penanganan masalah secara bersama-sama mempengaruhi keluhan pengguna secara signifikan. Hal ini menegaskan bahwa kedua aspek tersebut perlu diperhatikan secara seimbang dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan aplikasi digital. Penguatan di sisi komunikasi dan peningkatan efektivitas dalam menangani keluhan pengguna menjadi strategi penting untuk membangun kepercayaan dan mempertahankan pengguna dalam jangka panjang.

Meskipun penelitian ini memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan antar variabel, terdapat keterbatasan dalam ruang lingkup responden yang hanya mencakup mahasiswa dari satu fakultas. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya memperluas cakupan responden serta mempertimbangkan variabel tambahan seperti kualitas sistem, fitur aplikasi, dan pengalaman pengguna untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap perilaku pengguna aplikasi dompet digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, C., Ritonga, D. H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 337–342. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i3.2611>
- Ardiyani, L. (2013). Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal Pemimpin terhadap Tingkat Pengetahuan Karyawan tentang Nilai-Nilai dalam Budaya Organisasi di Mirota Batik. *Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal* ..., 1–13.
- Fauzi, F. A., Lubis, Y., & Lubis, A. (2025). Analysis of Determinants of Employee Performance at PT. Perkebunan Nusantara II Medan City. *Journal of Public Representative and Society Provision*, 5(2), 417–424.
- Firdaus, A., Mirza, M., & Fournawati, S. M. (2024). Strategi Komunikasi dalam Mengatasi Keluhan Pelanggan: Studi Kasus PT. Namto Kraf Indo. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting Volume*, 4, 1196–1208. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i6.4596>
- Firdaus, Z. Y., Krisbiantoro, D., & Afiana, F. N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Dompet Digital Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Journal of Information System Management (JOISM)*, 3(2), 56–62. <https://doi.org/10.24076/joism.2022v3i2.619>
- Fitriani Hasanah. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Penggunaan Aplikasi Dana Sebagai Penyedia Jasa Dompet Digital.

- Skripsi, 8(4), 1–230.
- Hermawati, A. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 14–28. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1.18>
- Hutagalung, G. R. S., Aprinawati, A., Lubis, A., & Wulandari, A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere Toko terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Mixue pada Mahasiswa Universitas Negeri Medan. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 3(1), 150–161.
- Indriani, Y., Fatah, F. N., & Putri, A. T. (2024). *Komunikasi Efektif Dalam Meningkatkan Kualitas Hubungan Interpersonal di Lingkungan Kelas BPI 4B UIN Jakarta*. 1(July), 504–510.
- Izzah, E. F., & Lubis, A. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Warkop Agam Jalan Tanjung Selamat. *Economics, Business and Management Science Journal*, 5(2), 248–258.
- Jatmiko, W. (2022). *PENANGANAN KOMPLAIN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT . FIRST MEDIA DI SIDOARJO*.
- Lisna, Y., Arisman, H. A., & Risana, D. (2024). *The Influence Of Electronic Service Quality And Electronic Trust On Customer Satisfaction Of Dana Application Users In Tasikmalaya*. 4(2), 201–212.
- Lubis, A., Alfaahmi, F., Kristin, O. V., & others. (2025). ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN PLATFORM DIGITAL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI BURGER SIKELING DI KECAMATAN MEDAN JOHOR. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(2).
- Lubis, A., Aprinawati, A., Afifah, R., & Sembiring, O. (2025). Analisis Pengaruh Teknologi dan Pengembangan Karyawan Terhadap Peningkatan Manajemen Kualitas di UMKM Fashion (Studi Kasus Idola Fashion). *Journal of Law, Education and Business*, 3(1), 507–519.
- Lubis, A., Muliono, R., & others. (2025). The Role of Local Wisdom in Increasing the Competitiveness of the Creative Economy of Ulos in North Sumatra Province Through the Green Digital Marketing Model. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 5(3), e04058–e04058.
- Lubis, A., Teviana, T., & Otovia, T. L. (2025). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Rumah Makan Padang Jaya di Era Modern. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 3(1), 175–182.
- Munthe, P. F., Lubis, A., br Kaban, E., & others. (2025). Pengaruh strategi oprasional The Influence of Operational Strategy, Human Resource Management, and Technology Utilization on the Efficient Performance of Mochi Food MSMEs at MMTC Raya Market. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 11(1), 225–236.
- Naibaho, L. N., Teviana, T., Lubis, A., Batubara, M. T. S., Rajagukguk, L. S., Girsang, M. D. P., Sinaga, L. E., & Nainggolan, C. (2025). Analisis Perencanaan Stategis dan Proses Pemasaran pada Usaha Pentol Jedes (Juara Pedes) Medan. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 3(1), 183–189.
- Nasution, M. A. M., & Lubis, A. (2025). PENGARUH VARIAN MENU, STORE ATMOSPHERE DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HISANA FRIED CHIKEN. *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan*, 11(4), 111–118.
- Nurul Huda, Daniel Adriano Tambunan, Femas Satria, & Muhammad Rizki Bintang Putra. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi E-Wallet Dana Menggunakan Metode Sus. *STORAGE: Jurnal Ilmiah Teknik Dan Ilmu Komputer*, 2(3), 61–68. <https://doi.org/10.55123/storage.v2i3.2191>
- SENERU, W., & ASTIKA, R. (2024). Pengaruh Efektivitas Komunikasi Interpersonal Terhadap Hubungan Antarindividu Siswa Di Sekolah Dasar. *PAEDAGOGY: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Psikologi*, 3(4), 202–209. <https://doi.org/10.51878/paedagogy.v3i4.2721>
- Septian, F. I., Ivana Lucia Kharisma, H., & Kamdan. (2023). *Implementasi Metode Bidirectional Encoder Representations from Transformers (BERT) untuk Analisis Sentimen Komentar Pengguna*. 3(1).
- Sidiq, N. (2024). *STUDI IDENTIFIKASI FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KOMUNIKASI INTERPERSONAL PADA SISWA KELAS VIII SMP NEGERI 3*.
- Syadzwah, D., Farenayah, I. E., Patrio, G., & Aprilian, R. I. (2024). Analisis Kelemahan Sistem Aplikasi DANA Dengan Kerangka Kerja COBIT 5.0 Domain DSS. *Indonesian Journal of Accounting and Business*, 5(2), 36–43. <https://doi.org/10.33019/ijab.v5i2.102>
- Syafrida, I., & Indrawati, S. A. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Aplikasi Bibit Investasi Reksa Dana Syariah)). *Account*, 11(1). <https://doi.org/10.32722/account.v11i1.6734>
- Teviana, T., Lubis, A., & Ampun, G. A. F. A. (2025). Analisis Analisis Strategi Pemasaran Pangsit P'chilio di Mmtc Melalui 4p (Product, Price, Place and Promotion). *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5(1), 4418–4431.
- Teviana, T., Lubis, A., & Haq, S. R. (2025). Optimalisasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pemasaran pada Usaha Ayam Penyet Raffa di Medan Tembung. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 3(1), 225–230.
- Teviana, T., Lubis, A., Pandiangan, R. S., Siagian, N. S. P., Marpaung, I. I. A. J., Ikhwan, A., & others. (2025). STUDI PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN USAHA ES KEPAL MMTC MILO. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5(2), 4653–4666.
- Wahyudi, R. (2024). *Strategi Komunikasi Customer Service Pt . Pos Indonesia Cabang Pekanbaru Dalam Menangani Keluhan Pelanggan*.

- Warassih, A. P., & Supriyoso, P. (2024). *INOVASI CUSTOMER FOCUSED MELALUI COMMAND CENTER UNTUK PENINGKATAN EFEKTIVITAS PENANGANAN LAPORAN PELANGGAN DI PT PLN (PERSERO) UP3 BANGKA*. 5(2), 213–225.
- Yuliana, R., & Rahadi, D. R. (2021). Komunikasi Interpersonal Dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan Di Masa Pandemi Covid-19. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 27–35. <https://doi.org/10.35829/magisma.v9i1.133>
- Yuliani, K. C., & Luhgatno, L. (2023). Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Komunikasi Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Nasabah Bank Bca Kota Semarang). *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 1(3), 288–296. <https://doi.org/10.34152/emba.v1i3.630>
- Zahra, L. S., Octavia, A. T., Rahmawati, N., Fitriyanti, F., & Maulana, C. (2024). Risiko penggunaan DANA sebagai Dompet Digital : Studi Persepsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Issn: 2721-7213*, 17(2), 1450–1461.
- Zulfansyah, M., Isnoe, M., & Azis, A. M. (2024). *Analisis E-Service Quality Aplikasi DANA dalam Memenuhi Customer Satisfaction dengan Menggunakan Dimensi E- Servqual*. 17(2), 199–214.