Journal of Management and Creative Business
Volume 4 Nomor 4 Oktober 2026
E-ISSN : 2962-0856; P-ISSN :2962-1119, Hal. 590-603
DOI: https://doi.org/10.30640/jmcbus.v4i4.7641
Tersedia: https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus

Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Pemandu Wisata PT. Borneo Lintas Dunia

Krisdayanti[1*] Sandra Endang Suci Octora[2] Desiana Dian Malasari[3]
[1-2]Manajemen, Universitas Widya Dharma Pontianak
**Korespondensi penulis krisdayanti@widyadharma.ac.id*

Abstract. *PT. Borneo Lintas Dunia works in travel and tourism. The company needs to provide great service. This keeps customers happy and ensures they have a good travel experience. This study explores how Interpersonal Communication and Emotional Intelligence impact Tour Guide Performance. This research focuses on the need for guides. They help create enjoyable travel experiences. The research employed a quantitative method with an explanatory research design. The sample had 106 respondents. Researchers selected respondents using purposive, non-probability sampling. We collected data from respondents using Microsoft Excel. Then, we analyzed it with SPSS version 26. Interpersonal communication greatly affects tour guide performance. However, Emotional Intelligence does not significantly affect it. Good verbal and non-verbal communication helps tour guides connect with clients. This study shows its importance. This connection is key to improving performance in this group. Emotional Intelligence is usually seen as key in service roles. However, these results show it wasn't a major factor for these respondents. Therefore, it is recommended that future researchers select a different sample and expand the scope of their research to incorporate diverse perspectives.*

Keywords:*Emotional Intelligence; Interpersonal Communication;Tour Guide Performance; Tourism Services;Tourist Satisfaction.*

Abstrak. PT. Borneo Lintas Dunia sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan wisata dituntut untuk memberikan pelayanan yang profesional agar mampu menciptakan kepuasan dan pengalaman wisata yang positif bagi pelanggan. Penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan pengaruh antara Komunikasi Interpersonal dan Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Pemandu Wisata. Latar belakang dari penelitian ini bermula dari tuntutan terhadap kualitas pemandu wisata dalam sikap profesional dalam bekerja, sehingga dapat menciptakan kepuasan dan pengalaman wisata yang menyenangkan. Metode penelitian kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Dengan jumlah responden 106 orang yang sudah memenuhi kriteria, dalam penarikan sampel yang ditentukan melalui teknik non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Data dari jawaban responden dikumpulkan melalui Microsoft Excel dan diuji dengan software SPSS versi 26. Hasil uji menunjukkan variabel Komunikasi Interpersonal berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemandu Wisata, sementara Kecerdasan Emosional tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemandu Wisata. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa kemampuan pemandu wisata dalam menyampaikan informasi secara jelas dan membangun hubungan baik dengan pengguna jasa mereka, dapat menciptakan komunikasi yang efektif, dan menjadi faktor utama dalam meningkatnya kinerja pemandu wisata. Meskipun variabel Kecerdasan Emosional tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pemandu wisata, aspek ini tetap penting dalam mendukung interaksi dengan wisatawan. Oleh karena itu disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memilih responden dan memperluas objek penelitian, sehingga bisa membawa perspektif yang berbeda.

Kata kunci: Kecerdasan Emosional; Kepuasan Wisatawan; Kinerja Pemandu Wisata; Komunikasi Interpersonal; Pelayanan Pariwisata.

1. LATAR BELAKANG

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta memperkenalkan potensi budaya dan kekayaan alam suatu wilayah (Firdyanto et al., 2024). Dalam industri ini, keberhasilan sebuah perusahaan jasa perjalanan wisata tidak hanya ditentukan oleh paket wisata yang ditawarkan, tetapi juga oleh kualitas sumber daya manusia yang memberikan pelayanan secara langsung kepada wisatawan. Salah satu sumber daya manusia yang memiliki peran strategis adalah pemandu wisata *(tour*

Naskah Masuk: 12 Juni 2026; Revisi: 09 Juli 2026; Diterima: 19 Agustus; Terbit: 01 Oktober 2026

guide). Pemandu wisata menjadi ujung tombak perusahaan karena berinteraksi langsung dengan wisatawan selama kegiatan perjalanan berlangsung.

PT. Borneo Lintas Dunia sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan wisata dituntut untuk memberikan pelayanan yang profesional agar mampu menciptakan kepuasan dan pengalaman wisata yang positif bagi pelanggan. Dalam menjalankan tugasnya, seorang pemandu wisata tidak hanya dituntut memiliki pengetahuan mengenai destinasi wisata, tetapi juga harus mampu berkomunikasi secara efektif, membangun hubungan yang baik dengan wisatawan, serta mengelola emosi dalam menghadapi berbagai situasi selama kegiatan wisata berlangsung (Yasqi & Astuty, 2026). Oleh karena itu, komunikasi interpersonal dan kecerdasan emosional menjadi dua faktor yang diduga berpengaruh terhadap kinerja pemandu wisata.

Komunikasi interpersonal merupakan kemampuan individu dalam menyampaikan informasi, mendengarkan, memahami, serta membangun hubungan yang harmonis dengan orang lain. Bagi seorang pemandu wisata, komunikasi interpersonal yang baik akan membantu menciptakan interaksi yang menyenangkan, memberikan informasi secara jelas, serta membangun kepercayaan wisatawan. Selain itu, kecerdasan emosional juga memiliki peran penting karena pemandu wisata sering menghadapi wisatawan dengan karakter, kebutuhan, dan harapan yang berbeda-beda. Kemampuan mengenali, mengendalikan, dan mengelola emosi secara tepat akan membantu pemandu wisata tetap profesional dalam memberikan pelayanan, bahkan ketika menghadapi situasi yang menantang.

Kinerja pemandu wisata pada dasarnya tidak hanya dapat dinilai berdasarkan penilaian diri sendiri *(self-assessment),* tetapi juga perlu dinilai oleh pihak yang menerima secara langsung hasil pekerjaan pemandu wisata, yaitu wisatawan sebagai pengguna jasa. Penilaian yang hanya berasal dari individu berpotensi menimbulkan subjektivitas karena seseorang cenderung memiliki persepsi yang berbeda terhadap kualitas pekerjaannya sendiri (Pratama et al., 2025; Zuleika et al., 2025). Sebaliknya, wisatawan memiliki pengalaman langsung selama menggunakan jasa pemandu wisata sehingga mampu memberikan penilaian yang lebih objektif terhadap aspek pelayanan, kemampuan komunikasi, sikap, profesionalisme, responsivitas, serta kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, penilaian kinerja yang berasal dari wisatawan diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai kualitas kinerja pemandu wisata PT. Borneo Lintas Dunia.

Dalam penelitian ini, penilaian terhadap kinerja pemandu wisata dilakukan berdasarkan persepsi wisatawan yang pernah menggunakan jasa PT. Borneo Lintas Dunia. Wisatawan dipilih sebagai responden karena mereka merupakan pihak yang berinteraksi secara langsung dengan pemandu wisata selama pelaksanaan kegiatan wisata sehingga memiliki pengalaman

yang memadai untuk menilai kualitas kinerja yang ditampilkan (Dananjaya et al., 2025; Firdyanto et al., 2024). Penilaian dari pengguna jasa juga sejalan dengan konsep kualitas pelayanan yang menempatkan kepuasan dan persepsi pelanggan sebagai indikator penting dalam mengevaluasi keberhasilan penyedia jasa.

Berdasarkan uraian tersebut, komunikasi interpersonal dan kecerdasan emosional dipandang sebagai faktor yang berpotensi memengaruhi kinerja pemandu wisata dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. Oleh karena itu, penelitian mengenai "Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Pemandu Wisata PT. Borneo Lintas Dunia" menjadi penting untuk dilakukan (Widhiyanti et al., 2025; Tobing & Putriku, 2026). Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap kinerja pemandu wisata berdasarkan penilaian wisatawan sebagai pengguna jasa, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

2. KAJIAN TEORITIS

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian dan pertukaran pesan antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung sehingga memungkinkan adanya umpan balik *(feedback).* Komunikasi interpersonal berperan penting dalam membangun hubungan, menciptakan kepercayaan, dan menyelesaikan permasalahan.

Menurut Joseph A. DeVito (2016), komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau kelompok kecil yang memungkinkan terjadinya umpan balik secara langsung sehingga komunikasi menjadi lebih efektif. Dalam industri pariwisata, komunikasi interpersonal menjadi kemampuan utama seorang pemandu wisata karena hampir seluruh aktivitas pelayanan dilakukan melalui interaksi langsung dengan wisatawan. Kemampuan menjelaskan objek wisata, mendengarkan kebutuhan wisatawan, memberikan solusi terhadap keluhan, serta menciptakan suasana yang nyaman merupakan bentuk komunikasi interpersonal yang baik.

Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai maupun karyawan di berbagai sektor. Menurut DeVito (2016), indikator komunikasi interpersonal terdiri dari: 1) Keterbukaan *(Openness)* - Kesediaan untuk terbuka dan jujur dalam berkomunikasi, mau mengungkapkan informasi tentang diri sendiri, serta bersedia menerima masukan atau tanggapan dari lawan bicara tanpa menutup diri.2) Empati *(Empathy)* - Kemampuan untuk memahami dan merasakan apa yang dirasakan atau dipikirkan

orang lain dari sudut pandang mereka, sehingga komunikator dapat memberikan respons yang sesuai dengan kondisi emosional lawan bicaranya. 3) Sikap mendukung *(Supportiveness)* - Sikap yang menciptakan suasana komunikasi yang kondusif, ditunjukkan melalui respons yang deskriptif (bukan menghakimi), fleksibel, dan bersedia mendengarkan tanpa membuat lawan bicara merasa diserang atau disalahkan. 4) Sikap positif *(Positiveness)* - Sikap menghargai diri sendiri dan orang lain, ditunjukkan melalui pujian, dorongan, serta pandangan positif terhadap situasi komunikasi sehingga interaksi berlangsung menyenangkan dan konstruktif. 5) Kesetaraan *(Equality)* - Pengakuan bahwa kedua belah pihak dalam komunikasi memiliki kedudukan yang setara dan sama-sama berharga, meski mungkin terdapat perbedaan dalam hal pengetahuan, status, atau kemampuan, sehingga komunikasi berlangsung dua arah tanpa dominasi salah satu pihak.

Kecerdasan Emosional

Kecerdasan emosional adalah kemampuan seseorang dalam mengenali, memahami, mengendalikan, serta memanfaatkan emosi secara positif baik terhadap dirinya sendiri maupun terhadap orang lain. Menurut Daniel Goleman (2015), kecerdasan emosional merupakan kemampuan seseorang dalam mengenali perasaan diri sendiri dan orang lain, memotivasi diri, mengelola emosi, serta membangun hubungan sosial yang baik. Bagi seorang pemandu wisata, kecerdasan emosional sangat diperlukan karena mereka berhadapan dengan wisatawan yang memiliki karakter, budaya, dan harapan yang berbeda. Kemampuan mengendalikan emosi ketika menghadapi komplain wisatawan merupakan salah satu bentuk kecerdasan emosional. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja karyawan. Indikator kecerdasan emosional menurut Goleman (2015), adalah:1) Kesadaran diri *(Self Awareness)* - Kemampuan untuk mengenali dan memahami emosi, perasaan, serta suasana hati diri sendiri secara akurat pada saat emosi tersebut muncul, sehingga seseorang menyadari apa yang sedang ia rasakan dan mengapa.2) Pengaturan diri *(Self Regulation)* - Kemampuan untuk mengendalikan dan mengelola emosi secara tepat, sehingga tidak bertindak impulsif, mampu menahan diri dari reaksi negatif, dan tetap berperilaku sesuai norma meski dalam tekanan.3) Motivasi - Dorongan internal untuk terus berusaha mencapai tujuan dengan penuh semangat, ketekunan, dan optimisme, meskipun menghadapi hambatan atau kegagalan.4) Keterampilan sosial - *(Social Skill)* Kemampuan untuk membangun dan menjaga hubungan baik dengan orang lain, termasuk berkomunikasi secara efektif, bekerja sama, serta memengaruhi dan menangani interaksi sosial dengan baik.

Kinerja

Kinerja merupakan hasil kerja yang dicapai seseorang sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang diberikan. Kinerja adalah perilaku individu yang mampu menghasilkan nilai dan keunggulan kompetitif bagi organisasi (Platania et al. 2024). Kinerja tidak hanya berfokus pada hasil akhir, namun juga turut ditunjukkan dari perilaku individu yang memcerminkan kontribusi terhadap pencapaian tujuan organisasi (Viswesvaran and Ones S 2017). Dalam penelitian ini, kinerja pemandu wisata tidak diukur berdasarkan penilaian diri *(self assessment),* melainkan berdasarkan persepsi wisatawan yang pernah menggunakan jasa PT. Borneo Lintas Dunia. Hal ini dilakukan karena wisatawan merupakan pihak yang secara langsung menerima pelayanan sehingga lebih mampu memberikan penilaian yang objektif terhadap kualitas pelayanan pemandu wisata. Dengan demikian, wisatawan menjadi responden yang paling tepat dalam mengukur variabel kinerja karena mereka mengalami secara langsung bagaimana pemandu wisata menyampaikan informasi, memberikan pelayanan, menyelesaikan masalah, bersikap ramah, dan menjaga profesionalisme selama perjalanan wisata. Menurut Mangkunegara (2017), indikator kinerja meliputi: 1) Kualitas kerja: Mutu hasil pekerjaan yang dicapai, dilihat dari ketelitian, kerapian, dan kesesuaian hasil kerja dengan standar yang telah ditetapkan. 2) Kuantitas kerja: Jumlah atau volume pekerjaan yang mampu diselesaikan seseorang dalam periode waktu tertentu sesuai target yang diberikan.3) Ketepatan waktu: Kesesuaian antara waktu penyelesaian pekerjaan dengan waktu yang telah dijadwalkan atau ditetapkan, tanpa mengalami keterlambatan.4) Tanggung jawab: Kesediaan dan kesungguhan seseorang dalam menyelesaikan pekerjaan yang menjadi kewajibannya, serta berani menanggung risiko atau konsekuensi atas hasil kerja yang telah dilakukan sesuai dengan wewenang yang diberikan.

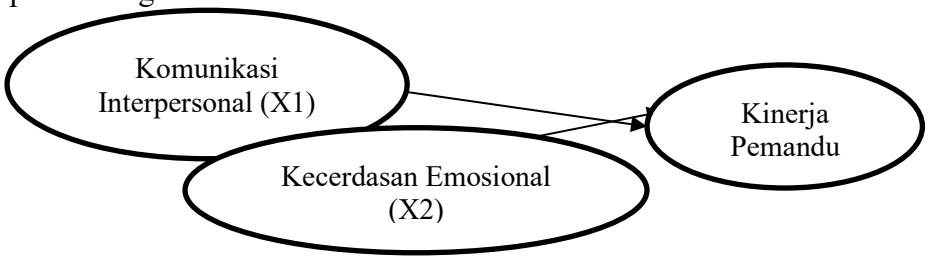
Kerangka Konseptual

Komunikasi interpersonal merupakan kemampuan pemandu wisata dalam menyampaikan informasi, membangun hubungan yang baik, mendengarkan kebutuhan wisatawan, serta menciptakan komunikasi yang efektif selama kegiatan wisata berlangsung. Komunikasi interpersonal yang baik diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan sehingga wisatawan memberikan penilaian yang baik terhadap kinerja pemandu wisata.

Selain itu, kecerdasan emosional juga diperkirakan memengaruhi kinerja pemandu wisata. Kemampuan mengenali, mengendalikan, dan mengelola emosi akan membantu pemandu wisata menghadapi berbagai karakter wisatawan, menyelesaikan keluhan secara profesional, serta menjaga kualitas pelayanan selama perjalanan wisata.

Kinerja pemandu wisata dalam penelitian ini diukur berdasarkan persepsi wisatawan yang pernah menggunakan jasa PT. Borneo Lintas Dunia. Wisatawan dipilih sebagai responden karena mereka merupakan pihak yang secara langsung menerima pelayanan sehingga dapat memberikan penilaian yang lebih objektif terhadap kualitas kinerja pemandu wisata.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menguji pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kinerja pemandu wisata, pengaruh kecerdasan emosional terhadap kinerja pemandu wisata, serta pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan terhadap kinerja pemandu wisata PT. Borneo Lintas Dunia. Berdasarkan hal tersebut, dapat di gambarkan kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

3. METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Penelitian ini dipilih karena bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar variabel Komunikasi Interpersonal dan Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Pemandu Wisata pada PT Borneo Lintas Benua. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Pontianak Provinsi Kalimantan Barat, dengan objek penelitian PT Borneo Lintas Benua sebagai Perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan pelayanan perjalanan wisata.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah menggunakan jasa pemandu wisata PT Borneo Lintas Benua selama periode penelitian dari 2025 sampai pada 2026. Karena jumlah populasi tidak dapat diketahui secara akurat, maka penentuan sampel dilakukan dengan Teknik non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Responden dipilih berdasarkan kriteria, yakni pelanggan yang telah menggunakan layanan dari pemandu wisata minimal dua kali, dengan rentang usia dari 20 sampai 50 tahun. Dari 150 responden hanya terdapat 106 responden yang memenuhi kriteria. Oleh sebab itu jumlah sampel yang digunakan adalah 106 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket (kuesioner) yang dimodifikasi dengan skala likert yang terdiri dari jawab satu sampai lima masing-masing memiliki arti yakni, 1 (Sangat Tidak Setuju), 2 (Tidak Setuju), 3 (Netral), 4 (Setuju), 5 (Sangat Setuju). Kuesioner disebarkan melalui google formulir dengan menggunakan media whatsapp.

Data hasil kuesioner dianalisis menggunakan program IBM SPSS Statistics versi 26, ada beberapa uji yang dilakukan yakni, uji analisis deskriptif berfungsi sebagai deskripsi karakteristik responden dan sebagai penyajian distribusi jawaban responden terhadap variabel penelitian. Kedua uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk melihat keakuratan dan konsistensi alat ukur yang digunakan dalam penelitian, uji validitas dapat diterima apabila R-hitung > R-tabel, R-hitung diperoleh dari df (degree of freedom) = n-2 (n = jumlah data/sampel). Sedangkan uji reliabilitas dapat dinyatakan reliabel bila nilai Cronbach's Alpha> 0,60 dan tidak reliabel apabila Cronbach's Alpha< 0,60. Ketiga, dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari 3 yakni uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Uji normalitas dikatakan berdistribusi normal dengan melihat nilai Asymp. Sig (2 tailed) > 0,05 pada uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Pada uji multikolinearitas pada setiap variabel nilai VIF (Variance Inflation Factor) < 10 dan nilai tolerance > 0,1 maka dinyatakan tidak adanya gejala multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat hasil uji glejser pada tabel Coefficient signifikan, dinyatakan bebas gejala heteroskedastisitas apabila semua variabel bebas nilai signifikan > 0,05. Selanjutnya adalah uji Hipotesis terdiri dari uji regresi linier berganda Dengan rumusnya sebagai berikut:Y= a + b1X1 + b2X2....(ii)

Kemudian dilakukan uji t dengan tujuan untuk menguji pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan nilai signifikansi, sedangkan koefisien beta digunakan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel. Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh simultan antara variabel berdasarkan nilai F hitung pada tabel ANOVA dan tingkat signifikan 5%. Uji terakhir yang dilakukan ialah uji koefisien determinasi (R2) yang menyatakan besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, nilai R2 berada pada rentang (0-1). Pada analisis regresi, nilai koefisien determinasi dilihat dari kolom R square (untuk 1 variabel) atau adjusted R square (lebih dari satu variabel independen).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1. Karakteristik Responden

Keterangan	Kriteria	Frekuensi
Jenis Kelamin	Laki-laki	40
	Perempuan	66
	Total	106
Usia	20-30 Tahun	51
	31-40 Tahun	44
	41-50 Tahun	11
	Total	106
Pengalaman Penggunaan Jasa	< 2 Kali	65
	> 2 Kali	41
	Total	106

Sumber Data, 2026

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Komunikasi Interpersonal	106	30	50	41.57	3.952
Kecerdasan Emosional	106	28	40	34.20	3.000
Kinerja Pemandu Wisata	106	31	60	48.94	5.563
Valid N (listwise)	106				

Sumber Data, 2026

Dari tabel 1 diketahui jumlah responden adalah 106 orang, terdiri dari 40 laki-laki dan 66 perempuan, dengan rentang usia 20-30 tahun berjumlah 51 orang, usia 31-40 tahun berjumlah 44 orang, usia 41-50 tahun berjumlah 11 orang. Pada tabel 2 Nilai minimum, maximum, mean, dan standar deviasi sudah menunjukkan responden cenderung memberikan penilaian yang tinggi dan jawaban responden relatif homogen terhadap variabel Komunikasi Interpersonal, Kecerdasan Emosional, dan Kinerja Pemandu Wisata.

Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji validitas

Komunikasi Interpersonal		Kecerdasan Emosional		Kinerja Pemandu Wisata	
Item Pertanyaan	Rhitung	Item Pertanyaan	Rhitung	Item Pertanyaan	Rhitung
X1.1	0,474	X2.1	0,623	Y1.1	0,595
X1.2	0,646	X2.2	0,333	Y1.2	0,677
X1.3	0,582	X2.3	0,596	Y1.3	0,617
X1.4	0,495	X2.4	0,524	Y1.4	0,591
X1.5	0,566	X2.5	0.496	Y1.5	0.739
X1.6	0,446	X2.6	0,516	Y1.6	0,753
X1.7	0,493	X2.7	0,528	Y1.7	0,667
X1.8	0,585	X2.8	0,509	Y1.8	0,691
X1.9	0,447			Y1.9	0,488
X1.10	0,511			Y1.10	0,695
				Y1.11	0,627
				Y1.11	0,516

Sumber Data, 2026

Dari tabel 3 diketahui seluruh item pertanyaan pada variabel X1 (Komunikasi Interpersonal), X2 (Kecerdasan Emosional), dan Y (Kinerja Pemandu Wisata) memiliki r hitung > r tabel (0,1909), maka dapat ditarik kesimpulan item pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini adalah valid dan akurat, dan dapat digunakan sebagai instrumen peneltian lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Data Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Komunikasi Interpersonal	0.702	Reliabel
Kecerdasan Emosional	0.607	Reliabel
Kinerja Pemandu Wisata	0.866	Reliabel

Sumber Data, 2026

Dari tabel 4 diketahui nilai pada kolom cronbach's alpha semua nilai dari tiap variabel sudah lebih dari 0,60, yang berarti semua variabel dapat dinyatakan lolos uji reliabilitas dan dapat diuji secara berulang dengan tingkat konsistensi tinggi.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

	Test Statistic	N	Asymp. Sig. (2-tailed)
Unstandardized Residual	0.55	106	.200

Sumber Data, 2026

Dari tabel 5 diketahui nilai pada uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test pada nilai Asymp.Sig. (2-tailed) menunjukkan hasil signifikan sebesar 0,200 yang berarti nilai signifikansi sudah lebih besar dari 0,05 sehingga data yang diuji dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

	Collinearity Statistics	
Variabel	Tolerance	VIF
Komunikasi Interpersonal	.991	1.009
Kecerdasan Emosional	.991	1.009

Sumber Data, 2026

Dari tabel 6 diketahui nilai pada kolom tolerance untuk X1 dan X2 adalah 0,991, nilai ini sudah mendekati angka 1 namun tidak lebih, sedangkan nilai VIF yang dihasilkan kurang dari 10. Hasil ini menunjukkan setiap variabel independen tidak menunjukkan gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedasitas

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedasitas

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
Model	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.388	4.816		1.3256	.188
Komunikasi Interpersonal	.044	.082	.053	.537	.593
Kecerdasan Emosional	.177	.108	-.206	-1.081	.282

Sumber Data, 2026

Dari tabel 7 setelah dilakukan uji glejser diketahui nilai signifikan yang dihasilkan dari variabel komunikasi interpersonal adalah 0,539 dan kecerdasan emosional adalah 0,282, nilai signifikan yang dihasilkan sudah lebih dari 0,05. Dengan begitu dapat disimpulkan variance dan residual bersifat tetap (homoskedasitas), yang berarti tidak terdapat gejala heteroskedasitas pada data hasil penelitian.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Eror	Beta		
(Constant)	30.751	7.873		3.906	0.000
Komunikasi Interpersonal	0.345	0.135	0.245	2.561	0.012
Kecerdasan Emosional	0.112	0.177	0.061	0.634	0.528

Sumber Data, 2026

Dari table 8 diperoleh hasil uji regresi linear berganda Y= 30,751 + 0,345X1 + 0,112 X2. Nilai variabel Y (independen) dianggap konstan dan hasil kinerja pemandu wisata terjadi peningkatan. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel komunikasi interpersonal dan kecerdasan emosional memiliki arah pengaruh positif terhadap kinerja pemandu wisata. Jika terjadi peningkatan pada variabel komunikasi interpersonal diikuti peningkatan kinerja pemandu wisata sebesar 0,345 dan jika terjadi peningkatan pada variabel kecerdasan emosional diikuti peningkatan kinerja pemandu wisata sebesar 0,112. Namun pada uji signifikan, hanya komunikasi interpersonal yang berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemandu wisata (0,012 < 0,05), sedangkan kecerdasan emosional tidak berpengaruh secara signifikan (0,528 > 0,05).

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 9. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Variabel	t hitung	t tabel	sig	Keterangan
Komunikasi Interpersonal	2.561	1,983	0,012	Signifikan
Kecerdasan Emosional	0,634	1,983	0,528	Tidak Signifikan

Sumber Data, 2026

Dari tabel 9, diperoleh hasil uji t-hitung pada variabel kecerdasan emosional sebesar (2,561) dan variabel Kecerdasan Emosional sebesar (0,634), selanjutnya dibandingkan dengan t-tabel sebesar (1,983). Dengan melihat perbandingan antara t-hitung dan t-tabel, dapat ditarik kesimpulan H1 diterima dan H0 ditolak, yang berarti variabel Komunikasi Interpersonal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pemandu wisata diperkuat nilai signifikan (0,012<0,05), sedangkan variabel Kecerdasan Emosional tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemandu wisata dengan nilai signifikan (0,528>0,05).

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10. Hasil Uji F (Simultan)

Variabel	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Model	215.912	2	107.956	3.666	0.029
Residual	3033.484	103	29.451		
Total	3249.396	105			

Sumber Data, 2026

Dari tabel 10 diketahui nilai F hitung (3,666) lebih besar dari pada F tabel (3,09) yang berarti variabel Komunikasi Interpersonal dan Kecerdasan Emosional secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemandu Wisata, diperkuat oleh nilai signifikan (0,029) yang lebih kecil dari (0,05).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.258[a]	0.066	0.048	5.427

Sumber Data, 2026

Dari tabel 11 diketahui nilai R Square sebesar 0,066 atau 6,6% yang menunjukkan variabel Komunikasi Interpersonal dan Kecerdasan Emosional mempunyai korelasi sebesar 6,6% terhadap Kinerja Pemandu Wisata, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak teliti pada penelitian ini. Dengan melihat nilai R square, model penelitian ini memiliki kemampuan penjelasan variabel kinerja pemandu wisata relatif rendah, sehingga masih terdapat banyak variabel lain yang dapat memengaruhi kinerja pemandu wisata, di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Pemandu Wisata

Hasil dari pengajuan hipotesis pertama Komunikasi Interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemandu wisata maka hipotesis pertama (H1) diterima. Hasil ini dapat dilihat pada kolom coefficients hasil uji t variabel Komunikasi Interpersonal (X1) memiliki nilai sig 0,012 nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka H1 diterima dan H0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh signifikan Komunikasi Interpersonal (X1) terhadap Kinerja Pemandu Wisata (Y). Lebih lanjut, Uji T menunjukkan variabel Komunikasi Interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Kinerja Pemandu Wisata, dengan nilai t hitung 2,561 > t tabel 1,983. Mengacu pada nilai t hitung dan t tabel maka dapat ditarik kesimpulan, semakin baik kemampuan pemandu wisata dalam membangun komunikasi yang jelas, efektif, terbuka, maka semakin tinggi kinerja yang dhasilkan selama memberikan pelayanan kepada pelanggan wisata. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Takrim, Trigunadi, and Fadillah 2023) yang menyatakan bahwa Komunikasi Interpersonal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Pemandu Wisata

Hasil dari pengujian hipotesis kedua menunjukkan variabel Kecerdasan Emosional berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kinerja Pemandu Wisata maka hipotesis kedua (H2) ditolak. Hasil ini dapat dilihat pada tabel uji t dengan variabel Kecerdasan

Emosional dengan t hitung 0,634 < t tabel 1,983, dan nilai signifikansi variabel Kecerdasan Emosional 0,528 > 0,05. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wulantika and Hatono 2025), yang menyatakan bahwa kecerdasan emosional bukan merupakan aspek utama yang dapat menentukan kinerja seseorang. Meskipun pemandu wisata penting untuk dapat mengelola emosi dengan baik namun penentuan kinerja berdasarkan persepsi pelanggan lebih cenderung menilai aspek yang tampak secara langsung, salah satunya keterampilan komunikasi interpersonal, penguasan destinasi, dan kedisiplinan dari pemandu wisata. Selain itu, kemampuan dalam mengelola emosi lebih bersifat internal sehingga tidak selalu terlihat secara langsung oleh pelanggan.

Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Pemandu Wisata.

Hasil dari uji F menunjukkan bahwa variabel Komunikasi Interpersonal dan Kecerdasan Emosional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kinerja Pemandu Wisata. Ditunjukkan dari nilai F hitung 3,666 > F table 3,08 dengan nilai signifikansi 0,029 < 0,05, maka dapat disimpulkan model regresi yang digunakan layak untuk menjelaskan hubungan antar variabel dalam penelitian ini. Sejalan dengan hasil penelitian dari (Sofyan et al. 2021) yang menyatakan bahwa hasil penelitian membuktikan secara simultan bahwa kecerdasan emosional dan komunikasi interpersonal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh variabel Komunikasi Interpersonal dan Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Pemandu Wisata PT. Borneo Lintas Dunia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Komunikasi Interpersonal berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pemandu wisata dalam menyampaikan informasi secara jelas dan membangun hubungan baik dengan pengguna jasa mereka, dapat menciptakan komunikasi yang efektif, dan menjadi faktor utama dalam meningkatnya kinerja pemadu wisata. Sementara variabel Kecerdasan emosional berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja pemandu Wisata. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan dalam mengendalikan dan mengelola emosi belum menjadi faktor inti yang dapat memengaruhi penilaian kinerja yang pemandu wisata berikan. Selanjutnya kedua variabel secara simultan mampu menjelaskan variasi kinerja pemandu wisata walaupun kontribusinya relatif kecil.

Dari hasil penelitian, perusahaan disarankan untuk lebih mengoptimalkan program pengembangan karyawan pada peningkatan komunikasi Interpersonal, melalui berbagai pelatihan komunikasi, pelayanan yang memuaskan, penyampaian informasi secara efektif, dan keterampilan dalam membangun hubungan dengan pemakai jasa.

Dengan keterbatasan penelitian yang hanya menggunakan dua variabel dan menilai kinerja berdasarkan pengalaman pelanggan, sehingga masih banyak faktor lain yang dapat diteliti dan berpotensi lebih besar memengaruhi kinerja pemandu wisata. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain, pemilihan responden yang berbeda, dan memperluas objek penelitian.

DAFTAR REFERENSI

DeVito, J. A. (2016). *Komunikasi Antarmanusia* (Edisi Kelima). Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group

Goleman, D. (2015). *Emotional Intelligence: Kecerdasan Emosional Mengapa EI Lebih Penting daripada IQ*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Mangkunegara, A. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Platania, Silvia, Martina Morando, Stefania Valeria Gruttadauria, and Linda Koopmans. 2024. "The Individual Work Performance Questionnaire : Psychometric Properties of the Italian Version." 49–63.

Sofyan, Utari, Ruslan A. Kamis, Muhammad Thahrim, and Rahmat Sabuhari. 2021. "Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Karyawan PT . PLN (Persero) Cabang Ternate." *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo Vol* 7(2):101–12.

Takrim, Muhammad, Adrianus Trigunadi, and Annisa Salsa Fadillah. 2023. "THE EFFECT OF COMMUNICATION SKILLS AND EMOTIONAL INTELLIGENCE ON." *Anterior Jurnal* 22(2):94–100.

Viswesvaran, Chockalingam, and Deniz Ones S. 2017. "Job Performance: Assessment Issues in Personnel Selection." Pp. 354–75 in *The Blackwell handbook of personnel selection*.

Wulantika, Lita, and Sri Utami Raharjo Hatono. 2025. "Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Kinerja (Studi Pada Guru Sekolah Dasar Negeri Di Jawa Barat)." 5(2):1–18.

Yasqi, M. K., & Astuty, I. (2026). Pengaruh kecerdasan emosional pada kepuasan kerja dan prestasi kerja dengan mediasi kemampuan adaptasi karyawan: Studi pada Kospin Jasa Regional Yogyakarta dan Jawa Tengah. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen (JISE), 4*(2). https://doi.org/10.59024/jise.v4i2.1604

Zuleika, I., et al. (2025). Pengaruh komunikasi antara pimpinan dan karyawan dalam meningkatkan kinerja karyawan di PT Bams Proceed Mandiri. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial, 3*(3). https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v3i3.5597

Pratama, et al. (2025). Pengaruh *work life balance*, lingkungan kerja fisik dan komunikasi interpersonal terhadap kinerja karyawan PT Daihatsu Jolo Abadi Kota Malang. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN), 4*(3). https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i3.3699

Firdyanto, F., et al. (2024). Pengaruh komunikasi interpersonal dan disiplin kerja terhadap produktivitas karyawan (Studi pada Usaha Dagang Sumber Agung). *Transformasi: Journal of Economics and Business Management, 3*(3). https://doi.org/10.56444/transformasi.v3i3.1995

Dananjaya, H. A., et al. (2025). Pengaruh komunikasi interpersonal pada pilihan destinasi wisata: Studi kasus film *500 Days of Summer*. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya, 2*(2). https://doi.org/10.62383/filosofi.v2i2.649

Tobing, S. T. L., & Putriku, A. E. (2026). Pengaruh penggunaan artificial intelligence (AI) dan kecerdasan emosional terhadap kreativitas belajar: Studi pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Stambuk 2023 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*. https://doi.org/10.59246/4rktwh70

Widhiyanti, S., et al. (2025). Pengaruh komunikasi interpersonal terhadap keberhasilan negosiasi: Survei di Pasar Tradisional Wonogiri. *Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan (Soshumdik), 4*(1). https://doi.org/10.56444/soshumdik.v4i1.2579