

STRATEGI MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI KUALITAS PELAYANAN PADA PT PUTRA USAHA MANDIRI KOTA BATAM

Hendri Herman

Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Putera Batam

email: hendrihermanbatam@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on competitive advantage at PT Putra Usaha Mandiri Batam City. The population in this study were 120 customers of PT Putra Usaha Mandiri Kota Batam. Determination of the number of samples using Slovin formula, so that the number of samples is 92. The results of the study show that service quality has a significant effect on competitive advantage. R value of 36.1%, which means that competitive advantage can be explained by service quality of 36.1%.

Keywords: *service quality and competitive advantage*

PENDAHULUAN

Keunggulan bersaing merupakan suatu hal yang harus dimiliki oleh perusahaan agar dapat memenangkan persaingan dalam industry dengan para perusahaan sejenis. Mengingat banyaknya perusahaan yang menghasilkan jasa atau produk yang sama Maka perlu sesuatu hal yang menjadi daya tarik konsumen untuk tetap setia menggunakan jasa atau produk yang dihasilkan.

Porter (1990) dalam Setiawan (2012) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Strategi ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus sehingga perusahaan dapat mendominasi baik di pasar lama maupun pasar baru. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai-nilai manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para pembelinya. Pelanggan umumnya lebih memilih membeli produk yang memiliki nilai lebih dari yang diinginkan atau diharapkannya. Namun demikian, nilai tersebut juga akan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan

Keunggulan kompetitif merupakan sejauh mana sebuah organisasi mampu menciptakan posisi dimana dapat mempertahankan pasar selama masih adanya pesaing. Perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif melalui kemampuan kompetitif atau prioritas yang didefinisikan sebagai preferensi strategis atau dimensi dimana perusahaan memilih untuk bersaing di pasar yang ditargetkan (Russell & Millar, 2014).

Menurut Herman, Hady, & Arafah (2018) keberhasilan suatu usaha tentu tidak terlepas dari keunggulan bersaing yang dimiliki oleh usaha tersebut. Pentingnya menilai kinerja suatu usaha tentu akan berdampak pada pengambilan keputusan ekonomik atas usaha tersebut. Kinerja dari suatu usaha akan dapat digunakan untuk melihat apakah tujuan perusahaan tercapai

atau tidak dan juga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi. Baik tidaknya kinerja suatu usaha tentu tidak terlepas dari keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan.

Penelitian ini dilakukan pada PT Putra Usaha Mandiri kota Batam. perusahaan ini bergerak dalam bidang jasa transportasi yang memberikan jasa penyewaan atau rental mobil, baik harian, mingguan maupun bulanan. Mengingat banyak juga perusahaan atau pengusaha yang bergelut dalam bidang yang sama, maka bukan tidak mungkin akan mengurangi keuntungan yang diperoleh oleh PT Putra Usaha Mandiri kota Batam.

Untuk tetap dapat beroperasi dan menghasilkan keuntungan, maka PT Putra Usaha Mandiri harus memiliki keunggulan bersaing agar dapat menguasai pasar. Maka dari itu, salah satu hal yang perlu dilakukan PT Putra Usaha Mandiri dalam meningkatkan keunggulan bersaing adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggan.

Seperti yang diketahui, pelayanan merupakan hal yang menjadi penentu akan kembalinya konsumen atau tidak untuk melakukan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Agar konsumen melakukan pembelian ulang atas produk atau jasa, maka perusahaan perlu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Maka dari itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul strategi meningkatkan keunggulan bersaing melalui kualitas pelayanan pada PT Putra Usaha Mandiri Kota Batam

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Berbicara mengenai kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

Sekarang ini pelanggan semakin pintar, mereka sangat kritis sehingga para pelaku bisnis harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Sedikit saja penyimpangan, misalnya pelayanan tidak sesuai dengan yang diharapkan, para pelanggan akan menilai jelek (Barata, 2006). Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2006)

Indikator yang digunakan dalam mengukur kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah;

1. *Tangible* (bukti fisik), yaitu berhubungan dengan fasilitas fisik, perlengkapan dan prasarana yang disediakan serta komponen-komponen utama kualitas pelayanan
2. *Reability* (keandalan) yaitu berkaitan suatu perusahaan mampu memberikan layanan secara akurat dan dapat dipercaya
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan membantu dan merespon permintaan secara cepat dan tepat.
4. *Assurance* (jaminan), yaitu meliputi kesopanan, keamanan
5. *Emphaty* (empati), yaitu berhubungan dengan karyawan mampu memahami permasalahan pelanggan dan mengatasi keluhan.

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk pembelinya. Berdasarkan definisi di atas, maka keunggulan bersaing tidak dapat dipahami dengan memandang perusahaan sebagai suatu keseluruhan. Keunggulan bersaing berasal dari banyak aktivitas berlainan yang dilakukan perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, mendukung produknya (Dirgantoro, 2010)

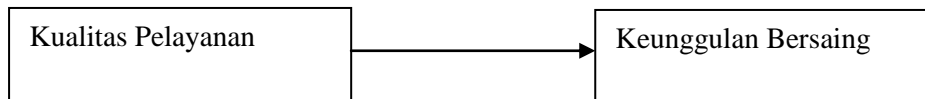
Indikator keunggulan bersaing dalam penelitian ini diukur dengan:

1. Keunikan produk
2. Kualitas produk
3. harga

Kualitas Pelayanan terhadap Keunggulan Bersaing

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk. Menurut Parasuraman, Zeithmal, dan Berry (1990), kualitas pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan (Sudarso, 2016). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wilar, Worang, & Soepeno (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan tinjauan teoritis di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

METODE

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 120 orang, sampel dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus slovin, sehingga didapat jumlah sampel sebesar 92 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner kepada para pelanggan PT Putra Usaha Mandiri, data akan dianalisis dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi sederhana, dan dilengkapi dengan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Data

Hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No	Item	R hitung	R tabel	Kesimpulan
1	X.1.1	0.652	0.2050	Valid
2	X.1.2	0.635	0.2050	Valid
3	X.1.3	0.753	0.2050	Valid
4	X.1.4	0.733	0.2050	Valid
5	X.1.5	0.717	0.2050	Valid

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai r hitung masing-masing variabel kualitas pelayanan lebih besar dari nilai r tabel (0.2050). sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item dalam variabel kualitas pelayanan adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Keunggulan Bersaing

No	Item	R hitung	R tabel	Kesimpulan
1	Y.1	0.716	0.2050	Valid
2	Y.2	0.806	0.2050	Valid
3	Y.3	0.621	0.2050	Valid

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai r hitung masing-masing variabel keunggulan bersaing lebih besar dari nilai r tabel (0.2050). sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item dalam variabel keunggulan bersaing adalah valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

No	Variabel	Cronbach Alpha	Kesimpulan
1	Kualitas Pelayanan	0.733	Reliabel
2	Keunggulan Bersaing	0.784	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa masing-masing nilai cronbach alpha pada variabel kualitas pelayanan dan keunggulan bersaing sebesar 0.733 dan 0.784. nilai cronbach alpha ini lebih besar dari 0.6. sehingga disimpulkan bahwa item-item dalam variabel ini adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian, dapat dilihat pada tabel Kolmogorov berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99449032
	Absolute	.084
Most Extreme Differences	Positive	.084
	Negative	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		.807
Asymp. Sig. (2-tailed)		.534

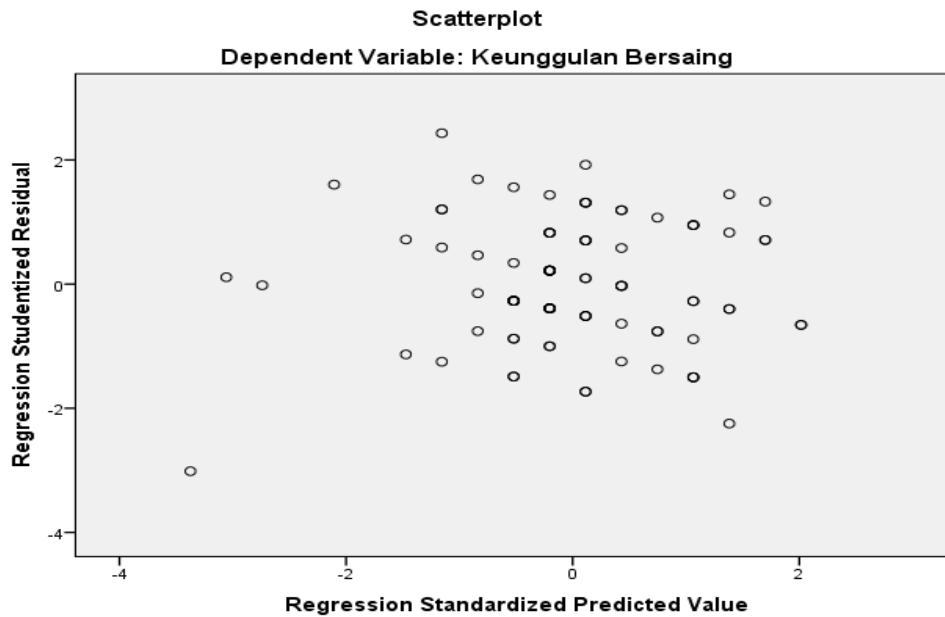
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig (2 tailed) memiliki nilai sebesar 0.534. nilai signifikansi ini lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan seluruh data dalam penelitian ini telah terdistribusi secara normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar *scatter plot* berikut ini:



Gambar 1. *Scatter Plot*

Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik telah menyebar di atas dan di bawah angka nol (0) pada sumbu Y, dan sebaran titik-titik tersebut tidak membentuk pola yang jelas, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.361 ^a	.130	.121	1.651

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0.361 atau sebesar 36.1%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan keunggulan bersaing sebesar 36.1%, sedangkan sisanya sebesar 63.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini

Uji Hipotesis**Uji Parsial (Uji t)**

Hasil pengujian hipotesis pada penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.014	1.038	7.724	.000
	Kualitas Pelayanan	.202	.055	.361	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar 0.000. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0.05. sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Pembahasan

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Kotler mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah salah satu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan (Alma, 2007). Perusahaan yang memiliki kualitas pelayanan tentunya akan disenangi oleh para pelanggan. Terlebih lagi pada PT Putra Usaha Mandiri yang bergerak di bidang jasa transportasi yang menyewakan mobil kepada para konsumen. Pelayanan yang baik sangat diharapkan oleh konsumen. Mobil yang disewa konsumen harus dalam keadaan bersih, agar konsumen senang dan puas atas mobil yang digunakan. Perusahaan harus siap memberikan pelayanan kepada konsumen saat mobil yang disewa oleh konsumen mengalami masalah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan.
2. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 36.1% terhadap keunggulan bersaing. Maka perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Barata, A. A. (2006). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Dirgantoro, C. (2010). *Manajemen Strategik Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta: Grasindo.
- Herman, H., Hady, H., & Arafah, W. (2018). The Influence of Market Orientation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Its Implication toward Small and Medium Enterprises (UKM) Performance. *International Journal of Science and Engineering Invention*, 04(08), 8–21. <https://doi.org/10.23958/ijsei/vol04-i08/02>
- Russell, S. N., & Millar, H. . (2014). Exploring the Relationship Among Sustainable Manufacturing Practises, Business Performance and Competitive Advantage: Perspective

- From a Developing Economy. *Journal of Management and Sustainability*, 4(3), 37–54.
- Setiawan, H. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi, dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis Edisi Ke- VIII, ISSN: 2085-1375*, (November), 12–19.
- Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Wilar, O. W., Worang, F. G., & Soepeno, D. (2017). Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT. Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Utama Manado. *EMBA 2*, 5(3).