

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING J&T EXPRESS DI KECAMATAN TAMAN SIDOARJO

Fariska Hariana

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Maarif Hasyim Latif
Sidoarjo, Indonesia

e-mail: fariskahariana@student.umaha.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan pada keunggulan bersaing jasa kurir J&T Express. Metode yang diterapkan adalah metode kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang diterapkan yaitu *Accidental Sampling* sehingga dalam penelitian ini telah menggunakan sekitar 100 responden untuk dijadikan sebagai sampel pada penelitian. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda. Sehingga dari hasil penelitian dapat dinyatakan terdapatnya pengaruh yang positif secara signifikan pada kualitas pelayanan dalam keunggulan bersaing, adanya suatu pengaruh yang positif secara signifikan terdapat citra perusahaan dalam keunggulan bersaing, serta terdapat pengaruh simultan positif signifikan pada kualitas pelayanan dan juga pada citra perusahaan dalam keunggulan bersaing.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan dan Keunggulan Bersaing

Abstract

This study aims to analyze the effect of service quality and corporate image on the competitive advantage of J&T Express courier services. The method used is a quantitative method. The sampling method used was Accidental Sampling so that in this study around 100 respondents were used to be sampled in the study. Data analysis was performed by multiple linear regression. So the results of the study can be stated that there is a significant positive influence on service quality in competitive advantage, there is a significant positive effect on corporate image on competitive advantage, and there is a significant positive simultaneous effect on service quality and also on a company's image in competitive advantage.

Keywords: Service Quality, Customer Loyalty, and Competitive Advantage

PENDAHULUAN

Di era digital, dunia bisnis sedang berkembang (ARIF et al., 2020) cepat di segala bidang. Saat ini proses perkembangan dan persaingan dunia usaha semakin pesat sehingga menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin ketat (Ekasari, 2018). Jasa pengiriman sangat dibutuhkan pada perkembangan bisnis di era industri 4.0. Dengan adanya jasa berupa pengiriman

paket akan memberikan manfaat seperti menghemat waktu, bisa mengirim paket sesuai dengan kebutuhan. Adanya perkembangan bisnis di bidang *online* nyatanya berdampak pada munculnya beberapa perusahaan ekspedisi seperti Pos Indonesia, TiKi, JNE, Wahana, Pandu Logistik dan J&T Express. Beberapa perusahaan tersebut bersaing dalam memperoleh pangsa pasar yang lebih luas. J&T Express merupakan perusahaan

ekspedisi yang tergolong baru dalam perluasan jaringan di Indonesia. J&T Express bergerak dengan mengedepankan sistem IT. Pelayanan pengiriman dari J&T Express berada di lingkup kota, domestik dan internasional serta *e-commerce*. Selain itu, J&T Express memberikan pelayanan ambil barang dan pengantaran cepat yang dianggap sebagai pendukung perkembangan *e-commerce*.

Dengan munculnya persaingan yang ketat antara perusahaan yang ada saat ini, perusahaan selain harus dapat memberikan layanan yang terbaik dan berkualitas, di sisi lain konsumen juga memiliki sebuah peluang yang lebih luas untuk dapat menentukan dan memilih produk yang ditawarkan dapat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan bahkan konsumen mendapatkan kepuasan atas produk asuransi yang telah dibeli (Arif et al., 2018).

Beragam jenis pelayanan ekspedisi diberikan untuk menarik minat konsumen dalam hal jasa pengiriman, baik di lingkup kota bahkan antar Negara. Hal tersebut dianggap menjadi patokan perusahaan untuk peningkatan kualitas pelayanan hingga perusahaan menjadi pilihan utama konsumen dalam pemilihan jasa ekspedisi.

Citra juga sangat mempengaruhi semua aspek perusahaan. Citra baik dapat terbentuk dari kreativitas dan usaha keras perusahaan. Secara maksimal, perusahaan akan memberikan pelayanan tepat sesuai dengan keinginan perusahaan dalam upaya untuk mempertahankan citra positif di mata publik.

Sehingga untuk mewujudkan Citra perusahaan itu dipengaruhi dari publik. Dalam menciptakan citra positif pada perusahaan maka harus terdapatnya komunikasi yang terbuka dalam perusahaan. Proses pembentukan citra juga harus dilakukan dalam kurun waktu jangka panjang. Hal tersebut dikarenakan citra adalah penilaian dari publik tentang perusahaan dari adanya informasi dan banyak sumber dalam kurun waktu yang tidak singkat.

Terkait demikian, perusahaan harus memiliki kemampuan dalam pengelolaan

sumber daya yang ada. Hal utama yang dilakukan oleh perusahaan agar mampu memenangkan persaingan dengan perusahaan sejenis adalah dengan penciptaan keunggulan bersaing. Perusahaan dinyatakan memiliki keunggulan bersaing ketika mampu menetapkan strategi yang mampu memberikan *value* kepada pelanggan dan tidak bisa dilakukan oleh perusahaan lain (pesaing) pada saat bersamaan. Keunggulan bersaing dicapai oleh perusahaan ketika mampu mempertahankan posisi di atas pesaing. Pengukuran dari keunggulan bersaing adalah kemampuan pesaing dan organisasi dinyatakan memiliki keunggulan bersaing jika berada di atas pesaing dilihat dari kapabilitasnya. Keunggulan bersaing dinyatakan sebagai bentuk superioritas perusahaan dibandingkan dengan pesaing di pasar dan mampu mengarahkan kemampuan menyajikan kinerja melebihi pesaing. Keunggulan bersaing dinilai sebagai bentuk kelebihan pula dibandingkan dengan para pesaingnya di pasaran.

Daya saing adalah sebuah kemampuan organisasi (*organizational capability*) untuk menampilkan kinerja lebih baik dibandingkan pesaing dan sulit untuk ditiru perusahaan lain dalam waktu yang akan datang (*to perform in one or many ways that competitors find difficult to imitate now and in the future*). Konsep daya saing melibatkan komponen yang sifatnya statis dan dinamis. Komponen yang sifatnya statis diantaranya adalah komitmen pada tujuan dan komitmen pada proses yang telah ditetapkan. Skema proses dalam sebuah aktivitas merupakan sebuah komponen statis. Sedangkan komponen yang sifatnya dinamis diantaranya adalah strategi yang diterapkan. Strategi yang diterapkan mengikuti perubahan dinamika lingkungan yang dihadapi dan kemampuan untuk tetap menyesuaikan terhadap dinamika perubahan memungkinkan strategi yang diterapkan akan mampu mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

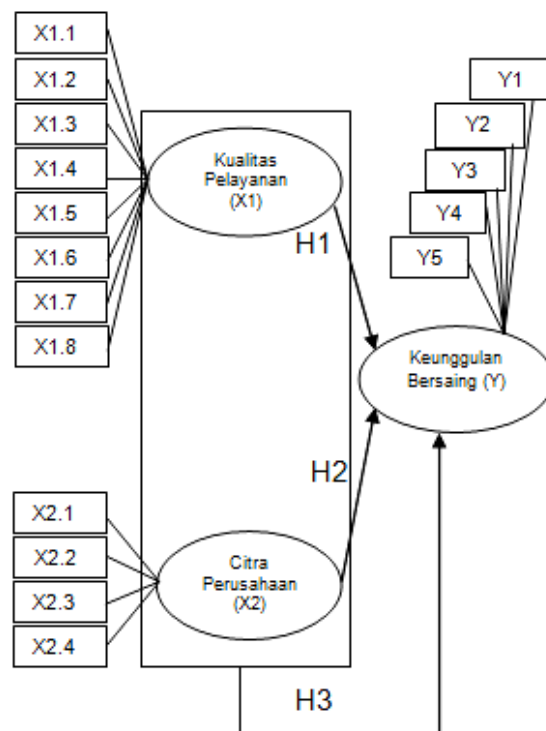
Keunggulan bersaing perlu ditekankan terutama perusahaan layanan jasa logistik. Dalam mencapai tujuan yang

diinginkan perusahaan membutuhkan sistem yang dapat membantu jalannya aktivitas, serta dapat menyampaikan informasi (Ecopreneur et al., 2019). Preferensi cepat, tepat, aman serta harga terjangkau terletak pada layanan J&T Express dikarenakan telah diterapkannya teknologi terkhusus Teknologi 4.0 untuk mendukung layanan jasa logistik terlebih dengan visi “Express Your Online Bisnis”. Teknologi ini sudah digunakan oleh J&T Express sejak proses penyortiran hingga barang diterima konsumen. Dengan adanya fitur *realtime trace & tracking* memberikan kendali kepada konsumen untuk mengetahui status proses pengiriman. Hal tersebut menjadikan J&T Express menjadi lebih unggul daripada layanan jasa lainnya.

Rumusan masalah yang dikaji yaitu: 1) Apakah kualitas pelayanan dapat memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap keunggulan bersaing jasa kurir J&T Express?; 2) Apakah citra perusahaan dapat memberikan pengaruh yang positif signifikan terhadap keunggulan bersaing jasa kurir J&T Express?; dan 3) Apakah kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan dapat memberikan pengaruh terhadap keunggulan bersaing jasa kurir J&T Express?

Tujuan kajian ini untuk: 1) Melakukan analisis terhadap pengaruh yang positif signifikan pada kualitas pelayanan dalam keunggulan bersaing jasa kurir J&T Express; 2) Melakukan analisis terhadap pengaruh positif signifikan citra perusahaan dalam keunggulan bersaing jasa kurir J&T Express; dan 3) Melakukan analisis terhadap pengaruh simultan kualitas pelayanan dan citra perusahaan dalam keunggulan bersaing jasa kurir J&T Express.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

Hipotesis yang diajukan yaitu :

- H1 :Diduga kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif signifikan pada keunggulan bersaing.
- H2 :Diduga citra perusahaan memberikan pengaruh positif signifikan pada keunggulan bersaing.
- H3 :Diduga pada kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan mampu memberikan pengaruh yang positif signifikan pada keunggulan bersaing.

METODE

Populasi Penelitian

Populasi terdiri dari seluruh pelanggan pada layanan J&T Express yang berada di Kecamatan Taman Sidoarjo.

Sampel Penelitian

Pada penelitian ini telah melakukan sampel dengan *Accidental Sampling* dan diambil sebanyak 100

responden yang merupakan pelanggan pada layanan J&T Express di Kecamatan Taman Sidoarjo.

Data yang digunakan

Data penelitian terdiri dari sebaran kuesioner yang dibagikan pada responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No	Butir Instrumen	Nilai Korelasi [Pearson Correlation]	Probabilitas Korelasi [Sig. (2-tailed)]	Keterangan
1	Kinerja	0,758	0,000	Valid
2	Fitur	0,737	0,000	Valid
3	Kehandalan	0,918	0,000	Valid
4	Kesesuaian	0,886	0,000	Valid
5	Daya Tahan	0,855	0,000	Valid
6	Kemampuan Melayani	0,851	0,000	Valid
7	Estetika	0,857	0,000	Valid
8	Kesan Kualitas	0,812	0,000	Valid

Dari tabel diketahui bahwa semua butir instrumen yang digunakan dalam menentukan kualitas pelayanan dapat diartikan hasil yang valid karena mempunyai nilai korelasi yang lebih tinggi dari nilai r_{tabel} yaitu sekitar 0,3610.

Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan

No	Butir Instrumen	Nilai Korelasi [Pearson Correlation]	Probabilitas Korelasi [Sig. (2-tailed)]	Keterangan
1	Reputasi	0,843	0,000	Valid
2	Kredibilitas	0,946	0,000	Valid
3	sikap	0,890	0,000	Valid
4	Daya Tarik	0,754	0,000	Valid

Dari tabel diketahui bahwa semua butir instrumen citra perusahaan diartikan valid karena nilai korelasi lebih tinggi dari nilai r_{tabel} 0,3610.

Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing

No	Butir Instrumen	Nilai Korelasi [Pearson Correlation]	Probabilitas Korelasi [Sig. (2-tailed)]	Keterangan
1	Unik	0,898	0,000	Valid
2	Harga Bersaing	0,971	0,000	Valid
3	Jarang Dijiumpai	0,871	0,000	Valid
4	Tidak Mudah Ditiru	0,917	0,000	Valid
5	Tidak Mudah Diganti	0,867	0,000	Valid

Dari tabel diketahui bahwa semua butir instrumen keunggulan bersaing diartikan valid karena terdapatnya suatu nilai korelasi yang lebih tinggi dari nilai r_{tabel} yaitu sekitar 0,3610.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,851	Reliabel
Citra perusahaan	0,832	Reliabel
Keunggulan bersaing	0,887	Reliabel

Dari tabel diketahui bahwa semua variabel dianggap reliabel karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian nilai tersebut telah mampu memenuhi syarat yang telah diberikan yaitu nilai output SPSS lebih besar daripada nilai tabel statistik.

Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std Error	Beta		
1 (Constant)	7,182	1,370		5,242	0,000
Kualitas Pelayanan (X1)	0,116	0,034	0,264	3,383	0,001
Citra Perusahaan (X2)	0,638	0,086	0,580	7,438	0,000

Dari hasil olah data pada tabel diatas maka mengenai regresi linier berganda dapat dilihathasilnya dengan rumus seperti berikut:

$$Y = 7,182 + 0,116X_1 + 0,638X_2 + \varepsilon$$

Dimana Y : Keunggulan Bersaing

X₁ : Kualitas Pelayanan

X₂ : Citra Perusahaan

Berikut arti dari persamaan yang diperoleh :

- Nilai konstanta berjumlah sekitar 7,182 sehingga dapat diartikan bahwa pada nilai konstanta mampu menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan

sama-sama mampu memberikan tambahan nilai, dimana nilai tersebut sekitar 7,182 artinya nilai tersebut dicapai oleh kedua variabel yang secara bersama-sama berpengaruh kepada keunggulan bersaing, artinya kedua variabel apabila memiliki setiap peningkatan satu dari kedua variabel bersama-sama maka keunggulan bersaing naik.

- b. Koefisien kualitas pelayanan berjumlah sekitar 0,116 sehingga dapat diartikan bahwa pada koefisien kualitas pelayanan dalam keunggulan bersaing menunjukkan adanya pengaruh yang besar yaitu sekitar 0,116. Sehingga setiap kualitas pelayanan mengalami kenaikan maka pada segi keunggulan bersaing juga akan mengalami peningkatan sekitar 0,116 dengan adanya ketentuan citra perusahaan memiliki nilai tetap.
- c. Koefisien citra perusahaan berjumlah sekitar 0,638 menunjukkan besar pengaruh citra perusahaan mengenai keunggulan bersaing yaitu sekitar 0,638. Sehingga setiap citra perusahaan mengalami kenaikan maka pada segi keunggulan bersaing juga akan mengalami peningkatan sekitar 0,638 dengan adanya ketentuan kualitas pelayanan memiliki nilai tetap.

Uji Hipotesis

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std Error	Beta		
1 (Constant)	7,182	1,370		5,242	0,000
Kualitas Pelayanan (X1)	0,116	0,034	0,264	3,383	0,001
Citra Perusahaan (X2)	0,638	0,086	0,580	7,438	0,000

Diketahui nilai t_{hitung} kualitas pelayanan yaitu sekitar 3,383 dan t_{hitung} citra perusahaan yaitu sekitar 7,438. Kedua nilai t_{hitung} dinyatakan lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu sekitar 1,98472 maka dari itu pada hipotesis dapat diterima. Maka adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada kualitas pelayanan dalam keunggulan bersaing serta terdapatnya suatu pengaruh yang positif dan juga

signifikan terhadap citra perusahaan dalam keunggulan bersaing.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	F	Sig
Regression	61,684	0,000
Residual		
Total		

Perolehan nilai F_{hitung} adalah sekitar 61,684 dengan hasil yang signifikansi sekitar 0,000. Sehingga diketahui pada Nilai F_{hitung} dikatakan lebih besar dari F_{tabel} yaitu sekitar 3,09 sehingga hipotesis diterima. Sehingga hal tersebut dikarenakan ada pengaruh simultan pada kualitas pelayanan dan juga pada citra perusahaan terhadap keunggulan bersaing.

Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R Square
1	0,560

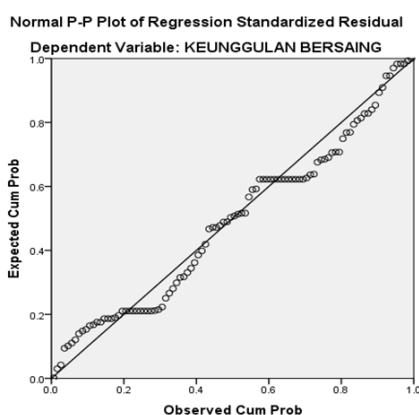
Maka dari tabel diatas menunjukkan Nilai R^2 yang didapatkan sekitar 0,560. Sehingga pada kualitas pelayanan dan juga pada citra perusahaan mempunyai adanya pengaruh sekitar 56% pada keunggulan bersaing. Sehingga sisanya sekitar 44% dipengaruhi variabel yang tidak diteliti sekarang.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,34882484
Most Extreme Differences	Absolute	0,091
	Positive	0,091
	Negative	-0,067
Test Statistic		0,091
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,042

Tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi 0,42 > 0,05 sehingga data dianggap memiliki distribusi normal. Hal ini dibuktikan dengan uji normalitas P Plot (Probability Plot) dengan SPSS sebagai berikut:



Hasil di atas menunjukkan data memiliki residu normal karena garis data bergerak mengikuti garis diagonal.

Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	0,740	1,351
Citra Perusahaan	0,740	1,351

Nilai VIF yang diperoleh adalah 1,351 sehingga tidak terjadi multikolinieritas. Terkait dengan itu maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi suatu hubungan terhadap variabel independen maka dinyatakan tidak terdapat suatu penyimpangan model regresi serta memiliki kelayakan untuk digunakan.

Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig
Kualitas Pelayanan	0,643
Citra Perusahaan	0,063

Nilai probabilitas signifikansi yang diperoleh di atas 0,05 sehingga tidak terjadi masalah heteroskedastisitas .

Uji Autokorelasi

Model Summary	
Model	Durbin-Watson
1	2,241

Nilai Durbin Watson yang diperoleh adalah 2,241. Selanjutnya dilakukan perbandingan dengan nilai tabel

signifikansi 5%. Berikut hasil yang diperoleh:

d	DI	du	4-dl	4-du
2,241	1,6337	1,7152	2,3663	2,2848

Dari tabel di atas, menunjukkan bahwa pada $du < d < 4-du$ atau juga dapat dikatakan dari $1,7152 < 2,241 < 2,2848$. Terkait dengan itu maka dapat dinyatakan tidak terdapatnya autokorelasi.

Dari penjelasan sebelumnya dapat disimpulkan hasil peneliti yaitu :

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing

Hasil analisis data menunjukkan uji t statistik kualitas pelayanan pada keunggulan bersaing mendapatkan hasil sebesar $0,001 < 0,05$ artinya pada kualitas pelayanan mempunyai dampak yang positif dan signifikan pada keunggulan bersaing. Sehingga semakin maksimal nilai yang ada pada kualitas pelayanan maka semakin pada keunggulan bersaing kurir J&T Express juga akan semakin maksimal pula. Sehingga pada Kualitas pelayanan J&T Express di Kecamatan Taman sudah cukup baik terlebih kurir yang ramah tamah, dengan produk andalan jemput barang dan bayar ditempat yang sudah mulai dirasakan pelanggan dan bersinergi dengan pelayan karyawan.

Hasil ini didukung teori Kotler dan Keller dalam Satrio Hutomo Radzak (2019), bahwa kualitas pelayanan keseluruhan karakter jasa atau produk yang sangat berpedoman pada kemampuan dalam memberikan kepuasan pada konsumen. Kualitas layanan dianggap sebagai kesanggupan dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan sesuai dengan aturan yang ada dan dilakukan secara konsisten. Terkait demikian, perusahaan harus mampu memenuhi semua keinginan pelanggan dengan tujuan untuk memperoleh kualitas pelayanan yang maksimal. Kualitas pelayanan diawali dari pemenuhan kebutuhan pelanggan hingga pada tahapan perasaan puas dari pelanggan

tersebut serta adanya penilaian positif dari pelanggan yang bersangkutan. Kualitas pelayanan membuat pelanggan memperoleh produk atau biaya yang dikeluarkan disesuaikan dengan jasa yang dipakai maupun dalam artian seimbang bahkan lebih dari biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan tersebut. Kualitas pelayanan akan dianggap memiliki fungsi spesifik dengan beragam pengukuran apabila dilihat dari sisi *product based* yaitu dari banyaknya karakteristik produk. Apabila dilihat dari *user used*, kualitas pelayanan dianggap sebagai suatu hal yang diharapkan dan diimpikan oleh pelanggan. Apabila dilihat dari *value used*, kualitas pelayanan dilihat dari kesesuaian dari biaya yang dikeluarkan dengan daya guna dan kepuasan yang dirasa oleh pelanggan. Kualitas pelayanan dinilai saat memberikan pelayanan dan terjadi hubungan langsung antara penjual dan pembeli. Kualitas pelayanan akan terlihat apabila harapan dan keinginan dari pelanggan terpenuhi.

Kualitas layanan harus bisa memenuhi dan melebihi harapan pelanggan, apabila dikelola dengan baik dan tepat maka kualitas layanan akan memberikan kontribusi yang positif demi terwujudnya kepuasan pelanggan. Kualitas akan memberikan nilai positif berupa ikatan yang akan membuat pelanggan untuk menjalin kerjasama dengan penyedia layanan dalam kurun waktu yang tidak singkat. Ikatan tersebut membuat penyedia layanan harus bisa memberikan kepehaman pada apa yang diperlukan oleh pelanggan, dapat memenuhi keinginan dan semua kebutuhan pelanggan, hingga penyedia pelayanan dapat memaksimalkan rasa puas dari pelanggan melalui pengalaman yang diperoleh dari pelanggan sebelumnya.

Hasil penelitian sejalan dengan hasil penelitian Devinta Kris Amalia Putri (2018) yaitu kualitas pelayanan memberikan dampak yang positif dan juga signifikan terhadap keunggulan bersaing. Berkaitan dengan itu maka pada kualitas pelayanan dalam J&T Express sudah memenuhi kebutuhan konsumen seperti dari segi pelayanan, dari Harga, dari Kecepatan

pengiriman dan dari segi Keamanan pada barang, serta dari segi *Real Time Tracking* dan *Reporting* sudah baik. sehingga terpenuhinya keunggulan bersaing pada jasa kurir J&T Express.

2. Pengaruh citra perusahaan terhadap keunggulan bersaing

Pada penelitian ini dengan uji t telah menghasilkan membuktikan terhadap citra perusahaan mendapatkan nilai sekitar 0,000 dan dikatakan lebih kecil dari nilai sekitar 0,05 artinya pada citra perusahaan mempunyai dampak yang positif dan signifikan pada keunggulan bersaing. Terkait demikian, semakin maksimal nilai citra perusahaan maka semakin maksimal pula keunggulan bersaing.

Hasil ini memiliki kesesuaian dengan teori Lupiyoadi (dalam Muhammad Ras Muis dan Muhammad Fahmi, 2017) bahwa citra adalah penerimaan dan kesan baik positif dan negatif dari masyarakat. Citra dianggap sebagai *reward* perusahaan karena pihaknya memiliki banyak keunggulan sehingga perusahaan dapat terus berkembang dan berinovasi dalam hal pemenuhan kebutuhan konsumen. Beberapa citra yang dapat dibangun oleh perusahaan antara lain citra kualitas, citra pemasaran dan lain sebagainya. Kanaidi (2010:5) menunjukkan bahwa citra perusahaan merupakan prestasi perusahaan dalam memberikan penilaian pada semua yang ditawarkan hingga berdampak pada perilaku pembelian konsumen.

Citra juga sangat mempengaruhi semua aspek perusahaan. Citra baik dapat terbentuk dari kreativitas dan usaha keras perusahaan. Secara maksimal, perusahaan akan memberikan pelayanan tepat sesuai dengan keinginan perusahaan dalam upaya untuk mempertahankan citra positif di mata publik.

Citra perusahaan dianggap sebagai citra pada perusahaan terkait dengan bidang usaha yang dijalani secara keseluruhan. Pembentukan citra dapat dilakukan dari banyak hal, misalnya dari tanggapan positif hingga perusahaan dapat meningkatkan citra yang ada

sebelumnya dan dari riwayat serta prestasi dari perusahaan yang bersangkutan. Citra perusahaan merupakan penilaian dari publik terhadap perusahaan. Penilaian tersebut tentunya diberikan konsumen dari banyak informasi yang valid dan tidak dibuat-buat.

Sehingga untuk mewujudkan Citra perusahaan itu dipengaruhi dari publik. Adanya komunikasi maupun adanya sifat terbuka perusahaan dianggap dapat mewujudkan citra yang positif. Proses pembentukan citra juga harus dilakukan dalam kurun waktu jangka panjang. Hal tersebut dikarenakan citra adalah penilaian dari publik tentang perusahaan dari adanya informasi dan banyak sumber dalam kurun waktu yang tidak singkat.

Berkaitan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rani Noviani (2019) yaitu citra perusahaan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, yang dapat diartikan bahwa semakin bagus tingkat pelayanan karyawan J&T Express maka bisa berimbas pada citra perusahaan J&T Express itu sendiri dan dengan pengelolaan sistem pelayanan yang selalu mengutamakan pelanggan maka citra baik perusahaan akan selalu dikenal oleh masyarakat dan keunggulan bersaing akan mudah tercapai.

3. Pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap keunggulan bersaing

Hasil olah data menunjukkan perolehan nilai F_{hitung} sekitar 61,684 dengan signifikansi sekitar 0,000. Nilai F_{hitung} maka dikatakan lebih besar dari F_{tabel} yaitu sekitar 3,09 sehingga hipotesis dapat diterima. Berkaitan dengan itu maka adanya suatu dampak simultan disebabkan dari kualitas pelayanan dan citra perusahaan pada keunggulan bersaing. Terkait demikian, maka pada kualitas pelayanan semakin maksimal maka pada citra perusahaan juga akan semakin maksimal pula dalam keunggulan bersaing perusahaan.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang masih ada keterkaitan pada teori yang digunakan oleh Day dan Wensley

dalam bukunya Instanto (2015:125) yang menunjukkan bahwa keunggulan bersaing adalah kompetisi dalam bidang sumber daya dan keahlian.

Perusahaan dinyatakan memiliki keunggulan bersaing ketika mampu menetapkan strategi yang mampu memberikan *value* kepada pelanggan dan tidak bisa dilakukan oleh perusahaan lain (pesaing) pada saat bersamaan. Keunggulan bersaing dicapai oleh perusahaan ketika mampu mempertahankan posisi di atas pesaing. Pengukuran dari keunggulan bersaing adalah kemampuan pesaing dan organisasi dinyatakan memiliki keunggulan bersaing jika berada di atas pesaing dilihat dari kapabilitasnya. Keunggulan bersaing dinyatakan sebagai bentuk superioritas perusahaan dibandingkan dengan pesaing di pasar dan mampu mengarahkan kemampuan menyajikan kinerja melebihi pesaing. Keunggulan bersaing dinilai sebagai bentuk kelebihan pula dibandingkan dengan para pesaingnya di pasaran.

Daya saing adalah sebuah kemampuan organisasi (*organizational capability*) untuk menampilkan kinerja lebih baik dibandingkan pesaing dan sulit untuk ditiru perusahaan lain dalam waktu yang akan datang (*to perform in one or many ways that competitors find difficult to imitate now and in the future*). Konsep daya saing melibatkan komponen yang sifatnya statis dan dinamis. Komponen yang sifatnya statis diantaranya adalah komitmen pada tujuan dan komitmen pada proses yang telah ditetapkan. Skema proses dalam sebuah aktivitas merupakan sebuah komponen statis. Sedangkan komponen yang sifatnya dinamis diantaranya adalah strategi yang diterapkan. Strategi yang diterapkan mengikuti perubahan dinamika lingkungan yang dihadapi dan kemampuan untuk tetap menyesuaikan terhadap dinamika perubahan memungkinkan strategi yang diterapkan akan mampu mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Keunggulan bersaing sangat penting bagi perusahaan. Terutama perusahaan layanan jasa logistik. Preferensi cepat, tepat, aman serta harga terjangkau

terletak pada layanan J&T Express dikarenakan telah diterapkannya teknologi terkhusus Teknologi 4.0 untuk mendukung layanan jasa logistik terlebih dengan visi "*Express Your Online Bisnis*". Teknologi ini sudah digunakan oleh J&T Express sejak proses penyortiran hingga barang diterima konsumen. Dengan adanya fitur *realtime trace & tracking* memberikan kendali kepada konsumen untuk mengetahui

status proses pengiriman. Hal tersebut menjadikan J&T Express menjadi lebih unggul daripada layanan jasa lainnya.

Berdasarkan dari hasil penelitian dilakukan oleh Syarif Hidayatullah, Ryan Gerry Patalo, Acmad Firdianjah dan Abdul Waris (2019) yaitu kualitas pelayanan memiliki pengaruh pada keunggulan bersaing.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berikut kesimpulan yang diperoleh dari penjelasan sebelumnya:

1. Pada Variabel kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh yang positif dan juga signifikan pada keunggulan bersaing sehingga pada nilai t_{hitung} sekitar 3,383 dapat dikatakan lebih besar dari t_{tabel} yaitu sekitar 1,98472 oleh sebab itu menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan juga signifikan pada kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing.
2. Pada Variabel citra perusahaan (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan juga signifikan pada keunggulan bersaing sehingga pada nilai t_{hitung} sekitar 7,438 dapat dikatakan lebih besar dari t_{tabel} yaitu sekitar 1,98472 sehingga adanya pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap citra perusahaan pada keunggulan bersaing.
3. Pada Variabel kualitas pelayanan dan juga pada citra perusahaan memberikan pengaruh simultan pada keunggulan bersaing karena memperoleh nilai F_{hitung} sekitar 61,684 dengan nilai signifikansi yaitu sekitar 0,000. Sedangkan Nilai F_{hitung} dinyatakan lebih besar dari F_{tabel} yaitu sekitar 3,09 sehingga hipotesis diterima.

Saran

Berikut saran yang diajukan oleh peneliti antara lain:

1. Untuk objek penelitian yaitu J&T Express di Kecamatan Taman Sidoarjo agar dapat mempertahankan dan terdapat peningkatan pada kualitas pelayanan serta pada citra perusahaan juga akan mengalami peningkatan pada keunggulan bersaing.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu melakukan penelitian dengan fokus penelitian pada faktor keunggulan bersaing, mengingat penelitian ini hanya membuktikan pengaruh sekitar 56% dari kualitas pelayanan dan pada citra perusahaan terhadap keunggulan bersaing.
3. Bagi peneliti lain juga diharapkan melengkapi kekurangan penelitian ini, sehingga ilmu pengetahuan tentang pemasaran dapat dikembangkan apabila ada penelitian selanjutnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Atas terselesaikannya penulisan laporan akhir ini, penulis tidak lupa mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT serta berterimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini yaitu antara lain:

1. Bapak Dr. A Fathoni Rodli, selaku Rektor Universitas Maarif Hasyim Latif.

2. Bapak Drs. H. Setiawan, MM, Ak, CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Maarif Hasyim Latif. Case Study in Sumber Indah Perkasa Manufacturing, Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 419–424.
3. Ibu Wulan Purnamasari SE, M.SM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Maarif Hasyim Latif. Ecopreneur, J., Ekonomi, F., Arif, D., Yucha, N., Rosidi, E., Ekonomi, F., Maarif, U., & Latif, H. (2019). *Sistem Pengendalian Intern Pembelian Spare Part Forklif Oleh Pt . Grogol Sarana Transjaya*. 2(1), 21–30.
4. Ibu Nuning Nurna Dewi, SE.MM, selaku dosen wali Universitas Maarif Hasyim Latif. Ekasari, R. (2018). *PENGARUH LOKASI, INOVASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KEBUN COKLAT CAFE & RESTO DI BALONGBENDO KAB. SIDOARJO Loyalitas Konsumen*. 1(1), 25–29.
5. Ibu Nikma Yucha SE, M.SM, selaku dosen pembimbing 1 dan Bapak Michael Gatot SE, MM, selaku dosen pembimbing 2 yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran di dalam mengerahkan peneliti dalam penyusunan laporan tugas akhir ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Apriliani, Lydia, (2015), **Faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing dalam upaya meningkatkan market share pada smartphone Iphone**. Semarang
6. Bapak dan Ibu dosen Universitas Maarif Hasyim Latif khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan. Emerstivita, Desty, (2018), **Analisis loyalitas pelanggan jasa pengiriman barang J&T Express kota Kediri tahun 2018 ditinjau dari kualitas pelayanan, promosi produk, dan kepuasan pelanggan**. Kediri.
7. Kedua Orang Tua serta keluarga besar yang telah memberikan doa dan dukungannya baik secara materil maupun imateril untuk membantu penyelesaian tugas akhir skripsi ini dan Kekasih ku Zainuddin atas motivasi dalam setiap langkahku. Hidayatullah, Syarif, dkk, (2019), **Pengaruh sistem informasi pemasaran, kualitas pelayana dan loyalitas terhadap keunggulan bersaing Jatimark Group**. Malang.
8. Teman – teman Manajemen pagi 2016 yang telah berbagi ilmu dan merasakan kebersamaan selama dikampus maupun diluar kampus. Kurniawati, Ane, (2016), **Strategi untuk menciptakan keunggulan bersaing melalui pengembangan, desain dan kualitas produk**. Tasikmalaya.
9. Teman – teman KKN 2019 desa Sidorejo, terima kasih untuk kalian semuanya yang selalu berbagi ilmu dan pengetahuan. Lenggogeni, Laylani, (2016), **Faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian**. Semarang

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, D., Ekonomi, F., Maarif, U., & Latif, H. (2018). *PELANGGAN*. 2(1).
- ARIF, D., YUCHA, N., SETIAWAN, S., OKTARINA, D., MARTAH, V., & MUTTAQIIN, N. (2020). Applications of Goods Mutation Control Form in Accounting Information System: A

Radi Rinandiyana, Lucky, dkk (2016), ***Strategi untuk menciptakan keunggulan bersaing melalui pengembangan, desain, dan kualitas produk***. Jurnal Ekonomi Manajemen, Vol 2 November, p.105-113

Sugiyono, (2018), ***Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D***, Bandung:Alfabeta

Wibowo, Tri, (2015), ***Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. JNE***. Surakarta

Yuniarta, Frizky, (2019), ***Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa pengiriman paket pada PT JNE Express cabang Jember dengan kepuasan sebagai variabel intervening***. Jember.

Noviani, Rani, (2018), ***Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing dengan Loyalitas Pelanggan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri KC Bandung Buah Batu)***. Bandung.