

DIFERENSIASI PELAYANAN DAN CITRA PADA USAHA JASA TRAVEL DALAM MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING

Isyfi Asri Brilian Hewid^{1*}, Mediya Destalia², M. Iqbal Harori³

¹²³Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis FISIP, Universitas Lampung

*Surel Koresponden: isyfi.abriwid@gmail.com

ABSTRACT

The current business landscape in the travel industry is witnessing a significant escalation in competition due to the increased number of individuals traveling using travel services. This trend has prompted travel service companies to formulate strategies to attain competitive advantages. One such strategy employed for competitive advantage is differentiation. The objective of this study is to analyze the influence of service differentiation and image on competitive advantage. The research employs a quantitative approach, involving a sample size of 110 passengers of Travel RAMA Trans in Bandar Lampung. Data was collected through questionnaires and analyzed using descriptive analysis and multiple linear regression. The findings of the analysis reveal both partial and simultaneous effects of service differentiation and image on competitive advantage. Differentiation emerges as a viable competitive strategy utilized by travel service enterprises. Further development is warranted in terms of the pricing aspect as a variable that moderates the strength of differentiation's impact on competitive advantage.

Keywords: Differentiation, Service, Image, Competitive Advantage, Strategy

ABSTRAK

Persaingan dalam dunia bisnis travel pada saat ini mengalami peningkatan yang signifikan dengan banyaknya masyarakat yang berpergian menggunakan travel. Hal ini mendorong perusahaan jasa travel untuk menetapkan strategi untuk mencapai keunggulan bersaing. Salah satu strategi dalam keunggulan bersaing adalah diferensiasi. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh diferensi pelayanan dan citra terhadap keunggulan bersaing. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sebanyak 110 sampel digunakan dalam studi ini pada penumpang Travel RAMA Trans di Bandar Lampung. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner, dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh diferensi pelayanan dan citra secara parsial dan simultan terhadap keunggulan bersaing. Diferensiasi dapat menjadi pilihan strategi bersaing yang digunakan oleh usaha jasa travel. Perlu pengembangan lebih lanjut pada aspek harga sebagai variabel yang memoderasi kekuatan pengaruh diferensiasi terhadap keunggulan bersaing.

Kata kunci: Diferensi, Pelayanan, Citra, Keunggulan Bersaing, Strategi

PENDAHULUAN

Salah satu usaha atau bisnis yang banyak kita jumpai dalam hal transportasi adalah usaha travel. Menurut Surat Keputusan Direktur Jenderal Pariwisata No. Kep

16/U/II/88 Pasal 1 Tahun 1988, usaha travel adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur dan menyediakan pelayanan bagi seseorang, sekelompok orang, untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama berwisata. Badan usaha ini menyelenggarakan kegiatan perjalanan yang bertindak sebagai perantara dalam menjual atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan.

Saat ini, usaha travel mengalami peningkatan yang signifikan dengan banyaknya masyarakat yang berpergian menggunakan travel (Yuliandari, 2018). Pada Provinsi Lampung contohnya, sebagai salah satu destinasi wisata di Indonesia yang memiliki panorama pantai yang cukup banyak, dan gerbang pintu Pulau Sumatera, Lampung memiliki banyak usaha travel. Pada tabel 1 digambarkan beberapa usaha travel di Provinsi Lampung yang menduduki posisi tertinggi usaha travel dengan banyaknya jumlah armada. Sementara banyaknya pengguna jasa travel tersebut tergambar pada tabel 2.

Tabel 1. Daftar Travel di Lampung

No	Nama Travel	Jumlah Armada
1	RAMA Trans	43
2	Gaya	30
3	Karno Putro	22
4	Purnagama	28
5	Bintang Mas	12
6	Ceria Travel	10

Tabel 2 Volume Penumpang Jasa Travel Tahun 2018

Nama Travel	Volume Penumpang (Bulan)												Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
RAMA Trans	2230	1954	1899	1956	2013	1687	1778	1988	2354	2004	1984	2179	24026
GBS Travel	2225	2352	1856	1856	1878	1545	1752	1562	1542	1862	2142	2006	22578
Karno Putro	1452	1562	1488	1244	1321	1399	1325	1297	1652	1745	1365	1722	17572
Purnagama	2341	1986	1587	1648	1694	1654	1672	1554	1653	1644	1853	1943	21229
Bintang Mas	586	862	754	723	795	744	649	675	642	954	974	568	8926
Ceria Travel	495	457	562	248	377	356	568	547	868	659	648	696	6481

Sumber: Data Diolah, 2020

Beberapa travel tersebut menunjukkan persaingan yang cukup kompetitif jika dilihat dari perbandingan jumlah armada dan penumpangnya. Untuk itu, setiap travel memiliki strategi bersaing untuk keberlangsungan usaha mereka. Pada travel RAMA Trans contohnya, sebagai pemilik armada terbanyak, RAMA Trans membangun strategi melalui diferensiasi pelayanan. Diferensiasi pelayanan adalah suatu bentuk peningkatan pelayanan dan mutu dimana didalamnya terkandung nilai yang berbeda dalam memberikan penawaran pelayanannya kepada pelanggan (Kotler & Susanto, 2010).

Travel RAMA Trans berupaya secara konsisten memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik dari pada para pesaing.

Selain itu, strategi lain berupa diferensiasi citra. Diferensiasi citra adalah menciptakan pembeda dalam hal keyakinan, gagasan dan kesan yang dimiliki seseorang berkaitan dengan suatu objek tertentu atau perusahaan untuk menciptakan suatu nilai yang dapat dipergunakan untuk menciptakan konsumen yang loyal (Kotler dalam Muntaha & Sutrisna, 2018). Travel RAMA Trans memiliki diferensiasi citra yaitu dari segi tampilan armadanya yang menarik dan berbeda dari yang lain sehingga dapat mengundang ketertarikan konsumen.

Strategi tersebut diterapkan untuk membangun keunggulan bersaing. Sebagaimana dikemukakan oleh Porter (2013), keunggulan bersaing tumbuh dari nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan sehingga konsumen merasa nilai yang dirasakan lebih besar dari nilai materi yang dikeluarkan. Hal ini diperkuat dengan studi yang dilakukan oleh Wulandari & Murniawaty (2019) dan Ronaldo (2015), bahwa terdapat pengaruh diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing. Begitu pula studi yang dilakukan oleh Ong (2013) yang menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, diferensiasi dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan, sehingga kenaikan atau penurunan penilaian konsumen terhadap citra merek secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat disusun beberapa hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁: Ada pengaruh antara diferensiasi pelayanan terhadap keunggulan bersaing

H₂: Ada pengaruh antara diferensiasi citra terhadap keunggulan bersaing

H₃: Ada pengaruh antara diferensiasi pelayanan dan citra secara simultan terhadap keunggulan bersaing

Dengan demikian, studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh diferensiasi pelayanan dan citra terhadap keunggulan bersaing pada jasa travel, khususnya travel RAMA Trans sebagai subjek dalam studi ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para penumpang Travel RAMA Trans. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 responden, yang didapat dengan menggunakan rumus Slovin. Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan menggunakan skala *likert* pada item dengan pilihan jawaban sangat setuju (5), setuju (4), netral (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1). Data dianalisis dengan menggunakan beberapa tahap, mulai dari uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, uji hipotesis t dan F, serta koefisien determinasi.

HASIL

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Diferensiasi Pelayanan	0.735	0,361	Valid
2		0.683	0,361	Valid
3		0.675	0,361	Valid
4		0.740	0,361	Valid
5		0.760	0,361	Valid
6		0.665	0,361	Valid
7		0.700	0,361	Valid
8		0.714	0,361	Valid
9		0.720	0,361	Valid
10	Diferensiasi Citra	0.737	0,361	valid
11		0.806	0,361	valid
12		0.789	0,361	valid
13		0.719	0,361	valid
14		0.871	0,361	valid
15		0.752	0,361	valid
16	Keunggulan Bersaing	0.725	0,361	valid
17		0.727	0,361	valid
18		0.695	0,361	valid
19		0.751	0,361	valid
20		0.745	0,361	valid
21		0.794	0,361	valid

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>cronbach's alpha</i> (a)	Standar Reliabilitas	Keterangan
Diferensiasi Pelayanan	0,852	0,6	Reliabel
Diferensiasi Citra	0,884	0,6	Reliabel
Keunggulan Bersaing	0,896	0,6	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2020

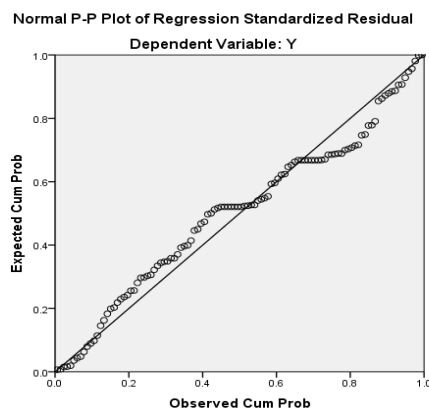
Uji validitas pada tabel 3 menunjukkan semua item memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361) atau dinyatakan valid. Begitu juga pada uji reliabilitas pada tabel 4 yang menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga dinyatakan reliabel.

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Responden dalam penelitian ini terdiri dari 48 responden laki-laki (43,6%) dan 62 responden perempuan (56,4%). Mayoritas responden berada dalam rentang usia 21-30 tahun (63,6%), kurang dari 20 tahun 22,7%, dan 4% berada di rentang usia lebih dari 50 Tahun, sisanya dalam rentang usia 31 sampai 50 tahun. Rentang usia mayoritas menunjukkan mayoritas responden adalah mahasiswa (22,7%), jumlah yang mendekat lainnya adalah pegawai swasta dan lainnya (20%), diikuti dengan pegawai swasta (15,5%), pelajar (10,9%) dan pegawai negeri (10,9%). Secara Pendidikan, mayoritas responden lulusan SMA (40,9%) dan S1 (30,9%). Kisaran pendapatan terbanyak yakni kurang dari 1 juta rupiah (29,1%), 1 juta sampai 2 juta rupiah (19,1%), hanya 7% responden yang memiliki pendapatan di atas 5 juta rupiah.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 1. Uji Normalitas

Grafik plot pada gambar 1 menunjukkan adanya titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal sehingga model regresi dinyatakan memenuhi normalitas atau data terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Uji Multikolinieritas Coefficients

Model	Unstandardize d Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF

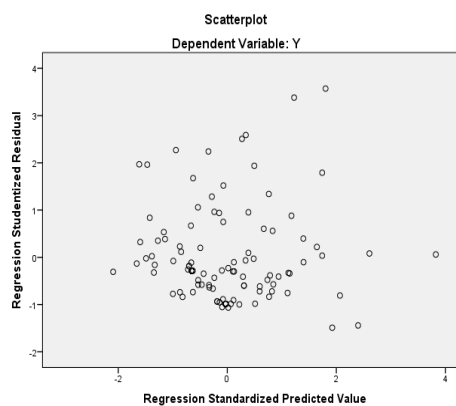
	(Constant)	2.582	1.390		1.857	.066		
1	X1	.232	.079	.346	2.923	.004	.189	5.301
	X2	.333	.101	.354	3.312	.001	.232	4.316

Dependent Variabel: Y (Data Diolah, 2020)

Tabel 5 menunjukkan nilai VIF diferensiasi pelayanan $5,301 \leq 10$, nilai VIF diferensiasi citra $4,316 \leq 10$ sehingga dapat diketahui bahwa seluruh variabel bebas multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Grafik scatterplot pada gambar 2 menunjukkan adanya titik-titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat diketahui tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas (Data Diolah, 2020)

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.582	1.390		1.857	.066

X1	.232	.079	.346	2.923	.004
X2	.333	.101	.354	3.312	.001

a. Dependent Variable: Y (Data Diolah, 2020)

Berdasarkan tabel 6, dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,582 + 0,232X_1 + 0,333 X_2 + e$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta (a) sebesar 2,582 yaitu apabila variabel bebas diferensiasi pelayanan, dan diferensiasi citra adalah bernilai konstan, maka besarnya variabel terikat keunggulan bersaing adalah sebesar 2,582.
- 2) Variabel X1 (diferensiasi pelayanan) memiliki nilai koefisien sebesar 0.232. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien diferensiasi pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Jika diferensiasi pelayanan bertambah satu satuan, maka keunggulan bersaing akan bertambah sebesar 0.232 satuan, yang artinya semakin tinggi nilai diferensiasi pelayanan maka semakin tinggi pula keunggulan bersaing dan sebaliknya.
- 3) Variabel X2 (diferensiasi citra) memiliki nilai koefisien sebesar 0.333. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien diferensiasi citra memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Jika diferensiasi citra bertambah satu satuan, maka keunggulan bersaing akan bertambah sebesar 0.333 satuan, yang artinya semakin tinggi nilai diferensiasi citra maka semakin tinggi pula keunggulan bersaing dan sebaliknya.

Uji Hipotesis

Uji T

Uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan kriteria: apabila nilai signifikansi < 0,05 maka hipotesis diterima, dan apabila nilai signifikansi > 0,05 maka hipotesis ditolak, atau dapat dilihat pada nilai t hitung > t tabel maka hipotesis diterima, dan sebaliknya.

Hasil uji t pada tabel 7 menunjukkan variabel diferensiasi pelayanan memperoleh nilai signifikansi sebesar sebesar 0,004 < 0,05, dan nilai t hitung (2,923) > t (1,986) sehingga dapat dinyatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara diferensiasi pelayanan terhadap keunggulan bersaing, atau hipotesis 1 diterima. Begitu juga pada variabel diferensiasi citra yang memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 dan nilai t hitung (3,312) > t tabel (1,986). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara diferensiasi citra terhadap keunggulan bersaing, atau hipotesis 2 diterima.

Tabel 7. Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.582	1.390		1.857	.066

X1	.232	.079	.346	2.923	.004
X2	.333	.101	.354	3.312	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah, 2020

Uji Simultan (Uji F)

Uji F ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau secara bersama-sama antara variabel independen yaitu diferensiasi pelayanan dan diferensiasi citra terhadap keunggulan bersaing. Adapun kriteria penerimaan hipotesis yakni jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak, atau dapat dilihat pada nilai F hitung $> F$ tabel maka hipotesis diterima, dan sebaliknya.

Tabel 8. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	834.237	3	278.079	90.798	.000 ^b
Residual	324.636	106	3.063		
Total	1158.873	109			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 8 menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai F hitung (90,798) $> F$ tabel (3,10). Jadi simpulan untuk hipotesis 3 yaitu H_o ditolak dan H_3 diterima, sehingga ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel diferensiasi pelayanan dan variabel diferensiasi citra terhadap keunggulan bersaing. Nilai *R square* menunjukkan bahwa diferensiasi pelayanan dan citra mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing sebesar 71,2%, dan sisanya 28,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Diferensiasi Pelayanan Terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil analisis data menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara parsial antara diferensiasi pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada usaha Travel RAMA Trans. Pengaruh dari kedua variabel tersebut bersifat positif, sehingga apabila semakin tinggi nilai diferensiasi pelayanan maka semakin tinggi pula keunggulan bersaing. Hal ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Wulandari & Murniawaty (2019) dan Ronaldo (2015) bahwa terdapat pengaruh diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing.

Kualitas pelayanan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu atau sesuai dengan ekspektasi konsumen. Sama seperti kualitas produk, yang menilai

pelayanan itu berkualitas atau tidak adalah berdasarkan persepsi atau sudut pandang konsumen (Tjiptono, 2011). Dengan demikian, adanya pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa dihargai dan dapat menariknya untuk membeli produk dari perusahaan tersebut.

Pengaruh Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil analisis data menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara parsial antara diferensiasi citra terhadap keunggulan bersaing pada usaha Travel RAMA Trans. Pengaruh dari kedua variabel tersebut bersifat positif, sehingga apabila semakin tinggi nilai diferensiasi citra maka semakin tinggi pula keunggulan bersaing. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Kotler dalam Muntaha & Sutrisna (2018) bahwa diferensiasi citra merupakan cara menciptakan pembeda dalam hal keyakinan, gagasan, dan kesan yang dimiliki perusahaan berkaitan dengan suatu produk/jasa tertentu untuk menciptakan suatu nilai yang dapat dipergunakan menarik minat konsumen untuk membeli produk/jasa tersebut.

Pengaruh Diferensiasi Pelayanan dan Citra Terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil analisis data menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara simultan antara diferensiasi pelayanan dan citra terhadap keunggulan bersaing pada usaha Travel RAMA Trans. Kedua variabel memiliki kontribusi sebesar 71,2 persen dalam menjelaskan keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ong (2013); Tampi (2015); Wulandari dan Murniawati (2019) bahwa secara bersama-sama (simultan) keunggulan bersaing perusahaan terhadap suatu produk/jasa dipengaruhi pelayanan dan citra merek.

Hal ini sesuai dengan konsep keunggulan bersaing bahwa suatu perusahaan harus memiliki strategi bersaing untuk memasarkan produk/jasanya (David, 2011). Strategi yang dapat dilakukan yaitu berkaitan dengan inovasi produk, melakukan pelayanan yang baik, dan menanamkan citra produk/jasa kepada masyarakat. Selain itu, hal serupa juga untuk membangun keunggulan bersaing suatu perusahaan perlu memiliki produk yang berkualitas, memiliki keunikan dan harga yang dapat dijangkau (Setiawan, 2013).

PENUTUP

Hasil studi menunjukkan adanya pengaruh, baik secara parsial maupun simultan diferensiasi pelayanan dan citra terhadap keunggulan bersaing. Pengaruh terbesar terletak pada diferensiasi citra. Kedua variabel memiliki kontribusi sebesar 71,2 persen dalam menjelaskan keunggulan bersaing. Untuk itu, diferensiasi dapat menjadi strategi bersaing yang dapat digunakan dalam membangun keunggulan pada travel RAMA Trans. Perlu dimoderasi dengan variabel harga sehingga dapat diketahui lebih dalam bagaimana harga yang cenderung lebih tinggi mempengaruhi keunggulan bersaing pada strategi diferensiasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Susanto, A. B. (2010). Manajemen pemasaran di Indonesia: Analisis perencanaan implementasi dan pengendalian. Jakarta: Salemba Empat.
- Muntaha, A. S., & Sutrisna, E. (2018). Pengaruh strategi diferensiasi terhadap loyalitas konsumen bisnis jasa pengiriman PT. Pos Indonesia (persero) Pekanbaru. Jom Fisip, 5(1), 1-15.
- Ong, I. A. (2013). Analisa pengaruh strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap pembelian pelanggan di cincau station Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran. 1(2), 1-11.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tampi, N. H. R. (2015). Analisis strategi diferensiasi produk, diferensiasi layanan dan diferensiasi citra terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran (studi pada PT. Telkomsel Grapari Manado). Jurnal EMBA. 3(4), 68-81.
- Wulandari, E., & Murniawati, I. (2019). Peningkatan keunggulan bersaing melalui diferensiasi produk dan diferensiasi citra serta pengaruhnya terhadap kinerja pemasaran ikm kopi di kabupaten Temanggung. Jurnal Manajemen Pemasaran, 13(2), 69-77.
- Yuliandari, W. (2018). Kepuasan konsumen pengguna jasa paket wisata di PT. Naifah Duta Utama tour dan travel Pekanbaru. Jurnal Ilmu Administrasi, 5(1).