

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh strategi bisnis (X1) dan penetapan harga pasar (X2) terhadap keunggulan bersaing (Y) dengan kualitas pelayanan (Z) sebagai variabel mediasi pada PT Sinar Cakra Buana. Berdasarkan analisis jalur (path analysis) dan Structural Equation Modeling (SEM-PLS), berikut adalah kesimpulan yang menjawab tujuh rumusan masalah yang telah dirumuskan:

1. Strategi bisnis, yang mencakup diferensiasi layanan, efisiensi operasional, pemanfaatan teknologi, dan orientasi pelanggan, memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing. Meskipun strategi ini memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan, loyalitas, dan citra perusahaan, dampaknya belum cukup kuat untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang menonjol di pasar logistik. Faktor lain, seperti citra merek atau kepercayaan pelanggan, kemungkinan memiliki peran lebih besar dalam membentuk daya saing PT Sinar Cakra Buana. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan perlu memperkuat strategi untuk menciptakan nilai unik yang membedakan dari pesaing. Dengan demikian, keunggulan bersaing dapat ditingkatkan melalui pendekatan yang lebih terfokus.
2. Penetapan harga pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Harga yang kompetitif, terjangkau, dan sesuai dengan kualitas layanan terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas, dan pangsa pasar PT Sinar Cakra Buana. Temuan ini menegaskan bahwa harga merupakan faktor kunci dalam menciptakan keunggulan bersaing di industri logistik. Dalam pasar yang sensitif terhadap biaya seperti Indonesia, harga yang strategis menjadi pembeda utama di mata pelanggan. Hal ini

menunjukkan bahwa PT Sinar Cakra Buana berhasil menarik pelanggan melalui strategi harga yang efektif.

3. Strategi bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Strategi seperti teknologi pelacakan real-time, efisiensi operasional, dan orientasi pelanggan secara efektif meningkatkan dimensi kualitas pelayanan, seperti keandalan, responsivitas, dan empati. Kontribusi strategi bisnis terhadap kualitas pelayanan menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil menyelaraskan operasionalnya dengan kebutuhan pelanggan. Hal ini memperkuat pengalaman pelayanan yang positif bagi pelanggan. Dengan demikian, strategi bisnis menjadi pendorong utama dalam membentuk layanan yang berkualitas.
4. Penetapan harga pasar tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Pelanggan PT Sinar Cakra Buana tampaknya tidak mengaitkan harga yang terjangkau dengan peningkatan kualitas pelayanan, seperti keandalan atau responsivitas. Persepsi kualitas pelayanan lebih dipengaruhi oleh faktor operasional, seperti ketepatan waktu pengiriman, daripada harga yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memisahkan persepsi harga dari pengalaman layanan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan bergantung pada aspek operasional daripada strategi harga.
5. Kualitas pelayanan tidak memediasi hubungan antara penetapan harga pasar dan keunggulan bersaing. Pengaruh harga terhadap keunggulan bersaing bersifat langsung, tanpa melalui persepsi kualitas pelayanan. Pelanggan lebih menghargai harga kompetitif sebagai nilai utama tanpa mempertimbangkan kualitas pelayanan sebagai penghubung. Hal ini menunjukkan bahwa harga memiliki dampak langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, strategi harga PT Sinar Cakra Buana efektif tanpa memerlukan mediasi kualitas pelayanan.

6. Kualitas pelayanan memediasi hubungan antara strategi bisnis dan keunggulan bersaing. Strategi bisnis, seperti teknologi dan efisiensi operasional, meningkatkan keunggulan bersaing melalui peningkatan kualitas pelayanan, terutama melalui keandalan dan responsivitas layanan. Hal ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan berperan sebagai jembatan penting dalam menerjemahkan strategi bisnis menjadi keunggulan kompetitif. Peran mediasi ini menunjukkan pentingnya layanan yang berkualitas dalam mendukung daya saing. Dengan demikian, PT Sinar Cakra Buana dapat memanfaatkan kualitas pelayanan untuk memperkuat posisi pasarnya.
7. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, terutama melalui perannya sebagai mediator dalam hubungan strategi bisnis dan keunggulan bersaing. Dimensi kualitas pelayanan, seperti keandalan, responsivitas, dan empati, meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas, dan citra perusahaan. Hal ini menjadi komponen utama keunggulan bersaing di PT Sinar Cakra Buana. Kualitas pelayanan yang tinggi menciptakan pengalaman positif yang membedakan perusahaan dari pesaing. Oleh karena itu, kualitas pelayanan adalah faktor kunci dalam mempertahankan daya saing.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penetapan harga pasar memiliki pengaruh langsung yang kuat terhadap keunggulan bersaing, sementara strategi bisnis lebih efektif melalui mediasi kualitas pelayanan. Rendahnya kontribusi variabel strategi bisnis dan harga terhadap keunggulan bersaing mengindikasikan bahwa faktor lain, seperti citra merek atau inovasi teknologi, juga perlu dipertimbangkan untuk memperkuat daya saing perusahaan.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut adalah saran untuk PT Sinar Cakra Buana dan penelitian mendatang:

1. PT Sinar Cakra Buana disarankan untuk meningkatkan efektivitas strategi bisnis dengan mengembangkan layanan yang unik, seperti pengiriman ekspres atau solusi logistik khusus untuk pelaku usaha kecil menengah (UKM). Perusahaan dapat berinvestasi pada teknologi canggih, seperti analitik data pelanggan, untuk menciptakan pengalaman yang lebih personal dan relevan. Kemitraan strategis dengan penyedia teknologi atau transportasi lokal juga dapat memperkuat efisiensi operasional dan diferensiasi layanan. Pelatihan karyawan untuk meningkatkan orientasi pelanggan perlu diperhatikan agar strategi bisnis dapat diterjemahkan ke dalam nilai yang dirasakan pelanggan. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih signifikan di pasar logistik.
2. Mengingat peran sentral kualitas pelayanan sebagai mediator, PT Sinar Cakra Buana perlu terus meningkatkan dimensi SERVQUAL, terutama keandalan dan responsivitas. Perusahaan dapat mengadakan pelatihan karyawan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dan penanganan keluhan, sehingga memperkuat dimensi empati dan jaminan. Optimalisasi teknologi pelacakan real-time dapat memberikan transparansi yang lebih baik kepada pelanggan, meningkatkan kepercayaan dan kepuasan. Sistem manajemen keluhan yang responsif juga perlu dikembangkan untuk menangani masalah seperti keterlambatan pengiriman dengan cepat. Dengan fokus pada kualitas pelayanan, perusahaan dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan.
3. Harga yang kompetitif merupakan kekuatan utama PT Sinar Cakra Buana, sehingga perusahaan perlu mempertahankan strategi harga yang terjangkau dan transparan. Perusahaan dapat mempertimbangkan promosi atau diskon untuk segmen pelanggan tertentu, seperti UKM, tanpa mengorbankan profitabilitas. Optimalisasi rantai pasok melalui negosiasi dengan pemasok atau diversifikasi rute pengiriman dapat membantu menjaga biaya operasional tetap rendah. Pemantauan terhadap strategi harga pesaing juga

penting untuk memastikan daya saing di pasar. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat terus menarik pelanggan sambil menjaga kualitas layanan dasar.

4. Rendahnya kontribusi variabel terhadap keunggulan bersaing menunjukkan pentingnya faktor lain, seperti citra merek. PT Sinar Cakra Buana disarankan untuk mengembangkan kampanye pemasaran yang menonjolkan keunikan layanan, seperti keandalan pengiriman di wilayah tertentu atau solusi logistik untuk e-commerce. Pemanfaatan media sosial dan platform digital dapat meningkatkan kesadaran merek dan menarik pelanggan baru. Kemitraan dengan pelaku e-commerce besar juga dapat memperluas visibilitas perusahaan di pasar. Dengan memperkuat citra merek, perusahaan dapat meningkatkan persepsi pelanggan terhadap keunggulan bersaing.
5. Penelitian selanjutnya dapat memasukkan variabel tambahan, seperti inovasi teknologi, kepercayaan pelanggan, atau dampak regulasi pemerintah, untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang keunggulan bersaing. Memperluas populasi penelitian ke beberapa perusahaan logistik dapat meningkatkan generalisasi temuan. Pendekatan kualitatif, seperti wawancara atau focus group discussion, dapat digunakan untuk mengeksplorasi faktor-faktor kualitatif yang memengaruhi daya saing. Penelitian juga perlu mempertimbangkan segmen pelanggan yang lebih beragam untuk menghindari bias demografis, seperti dominasi responden laki-laki. Dengan demikian, penelitian mendatang dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang dinamika industri logistik.

Saran-saran ini diharapkan dapat membantu PT Sinar Cakra Buana memperkuat posisi kompetitifnya di pasar logistik yang semakin ketat, sekaligus memberikan arah bagi penelitian akademis di masa depan.