



# Journal Economic Insights

Journal homepage: <https://jei.uniss.ac.id/>  
ISSN Online : 2685-2446

## Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlanjutan Usaha

Nanang Apriliyanto<sup>(1)</sup> Siti Abdillah Nurhidayah<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup>Universitas Selamat Sri, <sup>(2)</sup>Universitas Selamat Sri  
<sup>(1)</sup>nanangapr24@gmail.com, <sup>(2)</sup>st.abdillah20@gmail.com

### INFO ARTIKEL

**Riwayat Artikel:**

Diterima pada 03 Feb 2022  
Disetujui pada 29 Juni 2022  
Dipublikasikan pada 30 Juni 2022

**Kata Kunci:**

Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Keunggulan Bersaing, Keberlanjutan Usaha.

### ABSTRAK

Tujuan penelitian sebagai berikut: menganalisis pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap keberlanjutan usaha, serta menganalisis bagaimana peran mediasi keunggulan bersaing dalam pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap keberlanjutan usaha. Responden yang digunakan sebanyak 47 pengusaha body repair. Metode analisis yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable citra perusahaan, kualitas pelayanan dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha, Selain itu variable citra perusahaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Adapun uji mediasi pada penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing dapat menjadi mediasi pengaruh citra perusahaan terhadap keberlanjutan usaha, sedangkan pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keberlanjutan usaha, keunggulan bersaing tidak mampu menjadi mediasi.

### PENDAHULUAN

Persaingan menjadi sebuah hal yang wajar dikalangan semua perusahaan guna tetap menjalankan keberlangsungan hidup sebuah usaha, seperti awal dari tujuan berdirinya suatu perusahaan yang memiliki inti untuk mempertahankan keberlangsungan hidup melalui pertumbuhan dan profitabilitas. Berdasarkan tujuan tersebut selanjutnya perusahaan menentukan arah dan tindakan agar dapat dicapai agar dapat menjamin pertumbuhan usaha yang berkelanjutan, setiap pelaku bisnis harus mampu bersaing dalam menghasilkan dan memberi nilai lebih bagi pelanggan. Dalam hal ini, sasaran yang harus dicapai dalam mengembangkan strategi sebuah perusahaan adalah menghasilkan nilai atau pelayanan yang jauh lebih baik dibandingkan dengan yang dilakukan oleh pesaing (Ferdinand, 2000). Untuk itu para wirausahawan dituntut

memiliki keunggulan bersaing yang akan dapat memberikan keuntungan dimasa yang akan datang, dan merebut pasar yang ada.

Terkait dengan persaingan, diketahui adanya lonjakan pengusaha baru yang memasuki persaingan di dalam industri body repair. Hal ini menunjukkan bahwa sesungguhnya prospek bisnis usaha jasa body repair sangat baik dan masih terbuka lebar, dengan masuknya pemain-pemain baru dalam industri ini maka persaingan untuk memperebutkan pasar semakin ketat pula. Untuk itu setiap perusahaan memerlukan strategi untuk mampu bersaing dan bertahan. Di Kota besar seperti Semarang sendiri, Fenomena lonjakan pertumbuhan usaha pada industri body repair tumbuh secara pesat, yang membuat persaingan industri body repair di Kota Semarang semakin ketat, terbukti bahwa pada tahun 2014 perusahaan atau bengkel body repair tercatat ada 26 bengkel, namun pada 2019 sendiri naik menjadi 47 bengkel. dengan rata-rata pertumbuhan bengkel sebesar 13 persen dari industri ini. Begitu banyak pengusaha melirik industri ini dikarenakan jumlah pengguna mobil di Kota Semarang semakin tinggi. Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2019 sendiri mencatatkan bahwa mobil penumpang yang dimiliki oleh seluruh kalangan penduduk di Kota Semarang mencapai angka 1.032.864 mobil dan dari tahun 2015 sampai tahun 2019 terjadi peningkatan rata-rata pengguna mobil sebesar 8 persen.

Melihat tingginya pengguna mobil tersebut membuat pengusaha masuk ke dalam industry semakin bertambah, yang mengakibatkan pula bertambahnya persaingan bengkel body repair di Kota tersebut. Semakin tingginya tingkat persaingan pada industri ini, membuat para pengusaha memiliki masing-masing cara atau strategi agar bengkel body repair yang mereka miliki mengalami keberlanjutan usaha mereka tersebut. Keberlanjutan usaha adalah proses dimana unit usaha dapat bertahan hidup dan tumbuh dalam berjalannya persaingan yang ada. Ariwibowo dan Wirapraja (2018) memaparkan bahwa prinsip berkelanjutan (sustainability) dalam setiap sudut bisnis diharapkan dapat mendorong pertumbuhan perusahaan. Sesuatu yang dapat mendorong pertumbuhan perusahaan adalah keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Keunggulan bersaing merupakan arah strategi berorganisasi yang bukan tujuan akhir, tetapi merupakan alat untuk mencapai tujuan organisasi yaitu menghasilkan keuntungan yang relatif tinggi (Ferdinand 2003). Organisasi dalam hal ini selain memiliki keunggulan bersaing yang bertujuan untuk memenangkan persaingan didalam lingkungan bisnis, juga menggunakan keunggulan bersaing sebagai salah satu cara untuk mencapai tujuan organisasi yang diinginkan. Salah satu yang menjadi topik dari sebuah keunggulan bersaing adalah sebuah citra dari sebuah perusahaan dan kualitas pelayanan dari perusahaan.

Citra perusahaan didefinisikan sebagai persepsi mengenai kualitas yang

digabungkan dengan sebuah nama. menurut Gassing dan Suryanto (2016) yang menyatakan bahwa citra berkaitan dengan gambaran yang dimiliki oleh orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk. Citra adalah salah satu aset yang terpenting dari organisasi yang selayaknya terus menerus dibangun dan dipelihara. Adapun penelitian terdahulu pada pengaruh citra perusahaan terhadap keberlanjutan usaha terdapat inkonsisten hasil, penelitian yang dilakukan Gonzalez (2017) memiliki hasil tidak berpengaruh, namun pada penelitian yang dilakukan oleh Amini (2012), dan Grubor (2017) Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Keberlanjutan Usaha.

Untuk kualitas pelayanan sendiri merupakan sesuatu yang mampu bersaing dipasaran jika perusahaan mampu menawarkan nilai atau manfaat lebih kepada konsumen (Winata dan Devie, 2013). Dapat dikatakan pula bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dimana suatu jasa tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu jasa selalu berubah. Terdapat penelitian terdahulu pada kajian pengaruh kualitas pelayanan terhadap keberlanjutan usaha terdapat inkonsisten hasil, penelitian yang dilakukan oleh Suhaeni (2018) tidak memiliki pengaruh, namun penelitian yang dilakukan oleh Dilijonas (2009), dan Alfani (2016) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keberlanjutan Usaha.

Berdasarkan penjelasan di atas, selain fenomena yang terjadi pada peningkatan industry tersebut, masih terdapat pula inkonsistensi hasil penelitian pada kajian terdahulu. Maka dari itu dalam penelitian ini diajukan variabel keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi yang diharapkan dapat menguraikan masalah penelitian. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana menjalankan keberlanjutan usaha dan melakukan keunggulan bersaing melalui citra perusahaan dan kualitas pelayanan. Rincian tujuan penelitian sebagai berikut: menganalisis pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap keberlanjutan usaha, serta menganalisis bagaimana peran mediasi keunggulan bersaing dalam pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap keberlanjutan usaha.

## **METODE**

Jenis penelitian ini adalah explanatory research, dengan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sensus yang artinya keseluruhan populasi yang berarti seluruh jiwa yang tergabung dalam komunitas pengusaha Body Repair Group sebanyak 47 Responden. Instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebar angket atau kuesioner secara personal. Kuesioner sendiri merupakan

sekelompok pertanyaan yang diformulasikan secara tertulis dengan tujuan untuk mencari pendapat responden, dan biasanya jawaban disediakan dalam bentuk alternatif yang hampir serupa. Teknik analisis pada penelitian ini secara kuantitatif, yaitu dengan mengolah data yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner dalam bentuk angka-angka untuk digunakan dalam analisis data. Alat analisis yang digunakan adalah SmartPLS.

## HASIL

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian terhadap validitas data meliputi 2 bagian yaitu *Convergent Validity* dan *Discriminant Validity*. Pada *Convergent Validity*, menurut Ghazali (2015) untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading factor* diatas 0,5 masih dianggap cukup. Semua indikator pada variable citra perusahaan (X1), kualitas pelayanan (X2), keunggulan bersaing (Y1) dan keberlanjutan usaha (Y2) telah memenuhi syarat dari *Convergent Validity*. Sedangkan pada *Discriminant Validity*, menurut Ghazali (2015) konstruk dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika nilai AVE (*Average Variance Extracted*) berada diatas nilai 0,50. Pada penelitian ini, nilai *Discriminant Validity* variable citra perusahaan (X1) sebesar 0,593; kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,591, keunggulan bersaing (Y1) sebesar 0,731 dan keberlanjutan usaha (Y2) sebesar 0,517 telah memenuhi syarat dari *Discriminant Validity*. Dengan demikian kuesioner dapat dikatakan Valid

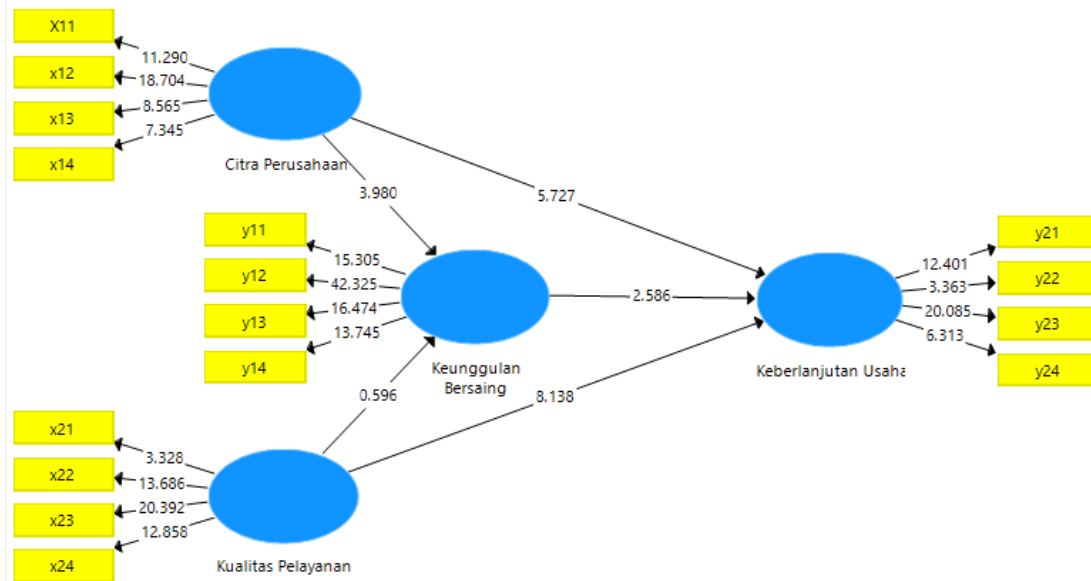
Uji Reliabilitas dapat dilihat dari nilai *Composite Reliability* dengan kriteria dikatakan reliabel yaitu jika nilai *Composite Reliability* lebih dari 0,7. nilai *Composite Reliability* variable citra perusahaan (X1) sebesar 0,853; kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,850; keunggulan bersaing (Y1) sebesar 0,915 dan keberlanjutan usaha (Y2) sebesar 0,807 telah memenuhi syarat dari *Composite Reliability* yang berarti kuesioner ini dapat dikatakan Reliabel.

### R-Square

Menurut Chin (1998), nilai R-Square sebesar 0.67 (kuat), 0.33 (moderat) dan 0.19 (lemah). Pada penelitian ini, nilai R-Square keunggulan bersaing (Y1) sebesar 0,393 (moderat) dan keberlanjutan usaha (Y2) sebesar 0,807 (kuat). Hal ini dapat dijelaskan bahwa persentase besarnya pengaruh variabel independen terhadap keunggulan bersaing (Y1) dapat dijelaskan sebesar 39,3% dan sisanya dijelaskan oleh variabel independen lain yang tidak ada dalam model penelitian ini. Sedangkan pada pengaruh variabel independen terhadap keberlanjutan usaha (Y2) dapat dijelaskan sebesar 80,7% dan sisanya dijelaskan oleh variabel independen lain yang tidak ada dalam model penelitian ini. Dengan demikian model yang dibentuk memiliki predictive relevance, sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan.

## Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan nilai statistic dengan tingkat kesalahan (alpha) sebesar 5% dan standar nilai t-statistik yang digunakan adalah diatas 1,96. Hasil uji hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Hasil pengujian Hipotesis pada *structural model*

Tabel 1. Hasil pengujian Hipotesis pada *path coefficient*

Hubungan Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standar Deviation	T-Statistic	P-Values
Citra → Keung	0,542	0,539	0,136	3,980	0,000
Citra → Keber	0,461	0,460	0,069	6,656	0,000
Kualit → Keung	0,104	0,107	0,175	0,596	0,551
Kualit → Keber	0,547	0,549	0,070	7,859	0,000
Keung → Keber	0,181	0,180	0,070	2,586	0,010

Hasil penelitian H1 menunjukkan bahwa hubungan citra perusahaan terhadap keunggulan bersaing memiliki nilai positif yang ditunjukkan oleh nilai original sample yang positif yaitu 0,542. Nilai T-statistik menunjukkan angka 3,980 yang artinya diatas standar yang ditetapkan, dan nilai P-values menunjukkan angka 0,000. Dengan demikian hubungan citra perusahaan terhadap keunggulan bersaing **diterima**.

Hasil penelaitain H2 menunjukkan bahwa hubungan citra perusahaan terhadap keberlanjutan usaha memiliki nilai positif yang ditunjukkan oleh nilai original sample yang positif yaitu 0,461. Nilai T-statistik menunjukkan angka 6,656 yang artinya diatas standar yang ditetapkan, dan nilai P-values menunjukkan angka 0,000. Dengan demikian hubungan citra perusahaan terhadap keberlanjutan usaha **diterima**.

Hasil penelaitain H3 menunjukkan bahwa hubungan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing memiliki nilai positif yang ditunjukkan oleh nilai original sample yang positif yaitu 0,104. Nilai T-statistik menunjukkan angka 0,596 yang artinya dibawah standar yang ditetapkan dan nilai P-values menunjukkan angka 0,551. Dengan demikian hubungan kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing **ditolak**.

Hasil penelaitain H4 menunjukkan bahwa hubungan kualitas pelayanan terhadap keberlanjutan usaha memiliki nilai positif yang ditunjukkan oleh nilai original sample yang positif yaitu 0,547. Nilai T-statistik menunjukkan angka 7,859 yang artinya diatas standar yang ditetapkan dan nilai P-values menunjukkan angka 0,000. Dengan demikian hubungan kualitas pelayanan terhadap keberlanjutan usaha **diterima**.

Hasil penelaitain H5 menunjukkan bahwa hubungan keunggulan bersaing terhadap keberlanjutan usaha memiliki nilai positif yang ditunjukkan oleh nilai original sample yang positif yaitu 0,181. Nilai T-statistik menunjukkan angka 2,586 yang artinya diatas standar yang ditetapkan dan nilai P-values menunjukkan angka 0,010. Dengan demikian hubungan keunggulan bersaing terhadap keberlanjutan usaha **diterima**.

### Uji Mediasi

Uji mediasi pada SmartPLS dapat dilihat pada menu *specific indirect effect*, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Mediasi Pada *Specific Indirect Effect*

Hubungan Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standar Deviation	T-Statistic	P-Values
Citra →Keung→Keber	0,098	0,097	0,046	2,131	0,034
Kualit→Keung→Keber	0,019	0,018	0,035	0,539	0,590

Hasil penelaitain menunjukkan bahwa hubungan keunggulan bersaing sebagai mediasi citra perusahaan terhadap keberlanjutan usaha memiliki nilai positif yang ditunjukkan oleh nilai original sample yang positif yaitu 0,098. Nilai T-statistik menunjukkan angka 2,131 yang artinya diatas standar yang ditetapkan dan nilai P-

values menunjukkan angka 0,034. Dengan demikian keunggulan bersaing sebagai mediasi citra perusahaan terhadap keberlanjutan usaha **diterima**.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan keunggulan bersaing sebagai mediasi kualitas pelayanan terhadap keberlanjutan usaha memiliki nilai positif yang ditunjukkan oleh nilai original sample yang positif yaitu 0,019. Nilai T-statistik menunjukkan angka 0,539 yang artinya dibawah standar yang ditetapkan dan nilai P-values menunjukkan angka 0,590. Dengan demikian keunggulan bersaing sebagai mediasi kualitas pelayanan terhadap keberlanjutan usaha **ditolak**.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variable citra perusahaan, kualitas pelayanan dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha, yang artinya bahwa meningkatnya atau menurunnya keberlanjutan usaha pada industry ini dapat terjadi karena perubahan citra perusahaan, kualitas pelayanan dan keunggulan bersaing, sehingga baik citra perusahaan, kualitas pelayanan dan keunggulan bersaing mampu membawa bengkel body repair dalam puncak ketenaran yang artinya meraih laba yang baik untuk tetap melangsungkan hidup usaha tersebut.

Dapat kita ketahui bahwa indikator-indikator dari variable independen dapat meningkatkan keberlanjutan usaha. Indikator dari citra perusahaan yang dapat meningkatkan keberlanjutan usaha yaitu karakteristik, reputasi, nilai dan identitas perusahaan. Untuk variable kualitas pelayanan sendiri indikatornya adalah keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Untuk keunggulan bersaing indikatornya adalah harga, kualitas, delivery dependability dan inovasi. Sedangkan indikator dari keberlanjutan usaha adalah pendapatan usaha, pertumbuhan usaha, kompetensi dan kondisi lingkungan.

Selain itu variable citra perusahaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Adapun uji mediasi pada penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing dapat menjadi mediasi pengaruh citra perusahaan terhadap keberlanjutan usaha, sedangkan pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keberlanjutan usaha, keunggulan bersaing tidak mampu menjadi mediasi.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pada penelitian terhadap responden yang merupakan komunitas pengusaha Body Repair Group, variabel citra perusahaan, kualitas pelayanan dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Sedangkan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan

bersaing, namun kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Adapun hasil mediasi pada penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing dapat menjadi mediasi pengaruh citra perusahaan terhadap keberlanjutan usaha, sedangkan pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keberlanjutan usaha, keunggulan bersaing tidak mampu menjadi mediasi.

## **SARAN**

Menggunakan variabel dan indikator yang sama dengan penelitian ini untuk melihat perubahan mediasi keunggulan bersaing terutama pengaruh kualitas pelayanan terhadap keberlanjutan usaha. Selain itu, peneliti menyarankan untuk menguji kembali pengaruh kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada responden atau industri yang berbeda.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alfani, Ignatia. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Komplain Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keberlanjutan Bengkel. *Jurnal strategik*, vol 6.
- Amini, Alireza. 2012. *Effectiveness Of Strategies And Corporate Image On Brand Equity As A Sustainable Competitive Advantage. Journal Of Contemporary Research Inn Business*
- Ariwibowo, Handy dan Wirapraja, Alexander. 2018. Strategi Inovasi Dalam Rangka Menjaga Keberlanjutan Bisnis Dalam Menghadapi Era *Volatility, Uncertainty, Compelxity, Dan Ambiguity (VUCA)*. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya.
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Aproach to Structural Equation Modeling. Modern Methods for Business Research*, 295, 336
- Dilijonas, Darius. 2009. *Sustainability based service quality approach for automated teller mechine network*. *Journal of faculty humalities*. Vilnius University
- Ferdinand, Augusty. 2000. *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Stratejik*. Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang
- Ferdinand, Augusty. 2003. *Sustainable Competitive Advantage: Sebuah Eksplorasi Model Konseptual*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gassing, Syarifuddin S & Suryanto. 2016. *Public Relations*. Yogyakarta: ANDI
- Ghozali, Imam. 2015. *Structural Equation Modelling*. Universitas Diponegoro. Semarang
- Gonzalez, Del Mar Ramoz. 2017. *Building Corporate Reputation through Sustainable*



*Entrepreneurship: The Mediating Effect of Ethical Behavior*. San Pablo CEU University, Madrid, Spain

Grubor, Aleksandar. 2017. *Brand Strategies In The Era Of Sustainability*. *Jurnal of Economic*. University Of Novy Sad, Serbia

<https://semarangkota.bps.go.id/subject/17/transportasi.html>

Suhaeni. Tintin. 2018. *Sustainability In Accommodation Service Industry: The Role Of Quality And Value*. *Jurnal Of Business Administration*. Politeknik Negeri Bandung

Winata, Dian Jessika dan Devie. 2013. Analisa Pengaruh Aliansi Stratejik Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Business Accounting Review*, Vol 1.