

**PELAKSANAAN STRATEGI DIFFERENSIASI SEBAGAI SUATU
STRATEGI BERSAING GUNA MEMPERTAHANKAN PELANGGAN
(Kasus Industri Jasa Pengiriman PT Indah Logistik Cabang Pekanbaru)**

Rita Mulia & Drs. Kasmiruddin
Ritamulia@yahoo.co.id
Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya KM. 12,5 Simpang Baru – Pekanbaru 28293

ABSTRACT

In the higher levels of competition, companies must be able to deal with competitors that offer similar products. Implementation required the right competitive strategy to win the competition. The implementation of the differentiation strategy is the implementation of the policy by the company by providing a series of important and valuable differences, in order to differentiate the products offered by the company with competitors' products. This strategy is implemented by the company because consumers now have more choices in selecting a product. For that the company should be able to create a different product or service., Superior, and attractive than other companies in order to attract the attention of consumers.

This study aims to identify and analyze the implementation of the differentiation strategy as an alternative strategy to retain customers and what are the factors inhibiting PT Indah Logistic faced in implementing the differentiation strategy. This is a descriptive study. The sampling technique used is Accidental Sampling data collected with interviews and observations.

The results of this study indicate that the implementation of the differentiation strategy undertaken by PT. Indah branch Logistic Pekanbaru pretty good. The best effects are the product differentiation and image. Implementation Strategy and Personnel Service differentiation is still pretty good company or not fully implemented by the company.

Keywords: *Implementation of Differentiation Strategy, Products, Services, Personnel, and Image*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Jasa pengiriman barang merupakan salah satu dari sekian banyak bidang usaha yang dijalankan oleh perusahaan jasa angkutan. Keberhasilan perusahaan jasa sangat ditentukan oleh pelayanan yang diberikan dan ketepatan waktu yang dijadwalkan oleh perusahaan. Disamping itu faktor lain adalah tarif yang ditetapkan. Tarif angkutan adalah jantung dari kelangsungan hidup perusahaan. Tarif yang ditetapkan harus bisa menutupi biaya operasional perusahaan dan memberikan keuntungan yang sebesar-besarnya. Apabila faktor – factor tersebut tidak diperhatikan oleh perusahaan jasa pengiriman, maka konsumen akan berpindah pada perusahaan lain dan akhirnya akan menghambat perkembangan perusahaan, karena sumber pendapatan yang utama dari perusahaan itu adalah berupa imbalan jasa yang diberikan oleh konsumen.

Persaingan yang semakin ketat menghendaki suatu upaya dan terobosan agar mencapai sasaran yang dikehendaki. Kondisi persaingan yang semakin ketat harus mampu diatasi dan jika ingin dapat bertahan maka pihak produsen harus memperoleh market share yang luas, agar menguasai pasar.

Tabel I.1 Jumlah Perusahaan Jasa Pengiriman Barang Yang Beroperasi di Pekanbaru Tahun 2008-2012

Tahun	Jumlah Usaha Cargo	Perkembangan (%)
2008	34	-
2009	37	8,8
2010	40	8,10
2011	44	10
1012	48	9,09

Sumber : *Asperindo Pekanbaru*

Dari tabel I.1 diatas dapat dilihat pertumbuhan perusahaan cargo ada setiap tahunnya, walaupun peningkatannya tidak terlalu tinggi. Ini harus menjadi perhatian khusus bagi perusahaan karena dengan begitu tingkat persaingan juga akan meningkat. Dengan terdorong banyaknya perusahaan jasa pengiriman barang tersebut, maka menimbulkan persaingan di perusahaan sejenis di dalam merebut konsumen dan calon konsumen agar volume penjualan dapat ditingkatkan atau minimal dipertahankan

Indah Logistik termasuk salah satu dari sekian banyak perusahaan yang sukses bertahan ditengah persaingan bisnis cargo. Kemampuan dari perusahaan ini bertahan menjadi suatu pandangan yang positif dikalangan pelaku bisnis untuk mendirikan perusahaan jasa pengiriman, hal ini dapat kita amati dengan banyaknya muncul perusahaan sejenis. Untuk wilayah operasional pengiriman barang hampir diseluruh Indonesia Indah Logistik bisa melayani termasuk diluar negeri yaitu Malaysia. Dari segi armada sebagai alat transportasi sampai saat ini PT Indah Logistik memiliki 325 armada. Luasnya jangkauan wilayah operasional perusahaan ini bisa

menjadi peluang karena wilayah mana yang tidak bisa dijangkau perusahaan pesaing tetapi PT Indah Logistik bisa menjangkau, dan banyaknya armada yang dimiliki oleh perusahaan tersebut dapat mempercepat waktu pengiriman.

Untuk mengetahui siapa saja yang menjadi kompetitor dari PT Indah Logistik dalam menarik konsumen dapat kita lihat pada tabel I.2 berikut ini :

Tabel I.2 Nama- Nama Perusahaan Pesaing/ Kompetitor PT Indah Logistik

No	Nama Perusahaan	Alamat
1.	Eka Sari Lorena Express, PT	Jalan Soekarno Hatta, Arengka
2.	Jalur Nugraha Ekakurir, PT	Jalan Sisingamangaraja
3.	Riau Lingga Indrasakti, PT	Jalan Merpati Belakang UIN Susqa
4.	Titipan Kilat Riau, PT	Jalan Majalengka
5.	TAM Cargo, PT	Jalan Angkasa Gang Musholla

Sumber : PT Indah Logistic

Dari tabel I.2 diatas dapat kita ketahui bahwa perusahaan pesaing untuk perusahaan PT Indah Logistik itu sendiri merupakan perusahaan yang sangat kompeten dalam menjalankan bisnisnya, terbukti bahwa dari segi image yang melekat pada perusahaan itu sendiri sudah membuktikan bahwa perusahaan tersebut pantas dijadikan kompetitor bagi PT Indah Logistik agar bisa mencapai tujuan serta memperoleh kesuksesan seperti pesaingnya.

Untuk melihat perkembangan pemakai jasa pengiriman barang pada PT Indah Logistik selama lima tahun terakhir dapat dilihat pada tabel I.3 berikut :

Tabel I.3Jumlah Peningkatan Pendapatan PT Indah Logistik dari 2008- 2012

Tahun	Pendapatan (Rp)
2008	Rp. 10.825.243.000
2009	Rp. 12.097.756.000
2010	Rp .14.641.363.000
2011	Rp .13.369.356.000
2012	Rp .17.182.935.000

Sumber :PT Indah Logistik

Dari tabel I.3 diatas dapat diketahui bahwa realisasi pengiriman barang pada PT Indah Logistik dari tahun 2008-2012 tidak stabil. Walaupun penurunannya relatif kecil, namun jika dibiarkan dapat membahayakan posisi perusahaan dalam persaingan. Memperhatikan tabel diatas dapat dilihat bahwa PT Indah Logistik tersebut mengalami beberapa masalah yang sangat berpengaruh terhadap kelancaran kegiatan usahanya, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar.

Apabila perusahaan memperhatikan aspek- aspek strategi bersaing tersebut, maka diharapkan jasa yang ditawarkan perusahaan akan lebih mampu bersaing dengan jasa di perusahaan pesaing. Dari uraian diatas maka penulis tertarik dan ingin mengetahui lebih mendalam tentang pelaksanaan strategi differnsiasi yang ditetapkan

perusahaan dalam upaya mempertahankan pelanggan. Judul yang penulis berikan pada penelitian ini adalah :

“Pelaksanaan Strategi Diferensiasi Sebagai Suatu Strategi Bersaing Guna Mempertahankan Pelanggan (Kasus Industri Jasa Pengiriman Pada PT. Indah Logistik Cabang Pekanbaru)”.

A. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka penulis dapat merumuskan permasalahannya sebagai berikut : “

1. Bagaimanakah pelaksanaan strategi diferensiasi yang diterapkan pada PT Indah Logistik cabang Pekanbaru yang merupakan suatu strategi bersaing guna mempertahankan pelanggannya ditengah gencarnya pesaingannya terutama bisnis jasa pengiriman ?
2. Apakah faktor- faktor penghambat yang dihadapi PT Indah Logistik dalam melaksanakan strategi diferensiasi?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pelaksanaan strategi diferensiasi sebagai suatu alternatif strategi guna mempertahankan pelanggannya
2. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor- faktor penghambat yang dihadapi PT Indah Logistik dalam melaksanakan strategi diferensiasi.

2. Manfaat penelitian

1. Memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengaplikasikan ilmu yang telah penulis peroleh selama pendidikan
2. Memberikan informasi bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan mengenai strategi bersaing yang tepat dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan jasa sejenis.
3. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian pada masalah yang sama.

PEMBAHASAN

PELAKSANAAN STRATEGI DIFFERENSIASI SEBAGAI SUATU STRATEGI BERSAING GUNA MEMPERTAHANKAN PELANGGAN

(Kasus Industri Jasa Pengiriman PT Indah Logistik Cabang Pekanbaru)

Pada bab ini akan diuraikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “ Pelaksanaan Strategi Diferensiasi Sebagai Suatu Alternatif Strategi Mempertahankan Pelanggan (Kasus Industri Jasa Pengiriman PT Indah Logistic Cabang Pekanbaru). Dalam bab ini penulis akan menyajikan data- data yang diperoleh dari hasil penelitian pada PT Indah Logistik dengan analisis data melalui teknik wawancara dan Observasi.

Wawancara yang dilakukan dengan Informan adalah dari pimpinan dari perusahaan divisi bagian marketing PT Indah Logistik dalam hal ini lebih mengetahui sejauh mana pelaksanaan strategi differensiasi sebagai suatu strategi bersaing guna mempertahankan pelanggan ini terlaksana apa tidak dan orang-orang yang dianggap memenuhi syarat untuk dijadikan informan misalnya konsumen dari PT Indah Logistic. Wawancara tersebut dilakukan dengan menyediakan daftar pertanyaan, pertanyaan sebanyak 16 pertanyaan, yang diperoleh dari 4 sub variabel dari differensiasi yaitu differensiasi produk, differensiasi pelayanan, differensiasi personil dan differensiasi citra. Instrumen pertanyaan ini dibuat tujuannya agar apa yang penulis tanyakan sesuai dengan judul dan tidak lari dari judul yang diteliti sehingga wawancara yang dilakukan lebih focus dan lebih mendalam ke inti pokok permasalahannya.

Dan observasi itu tujuannya memperkuat hasil wawancara, apakah hasil wawancara itu sesuai dengan hasil observasi yang penulis lakukan dengan penelitian tersebut.

3. IPelaksanaan Strategi Differensiasi Sebagai Suatu Alternatif Strategi Guna MempertahankanPelanggan (Kasus Industri Jasa Pengiriman PT Indah Logistic Cabang Pekanbaru)

a. **Differensiasi Produk**

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Untuk itu perusahaan harus memenuhi harapan konsumen terhadap produk yang dihasilkannya.

Dalam bisnis jasa pengiriman yang menjadi produk itu adalah jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Semakin baik dalam penyajian jasa yang diberikan maka dampaknya juga akan lebih baik. Yang menjadi persoalan bagaimana kita dalam menyediakan jasa itu dilihat dan dirasakan oleh konsumen terlihat berbeda. Untuk dapat memenangkan konsumen, perusahaan akan menciptakan produk yang lebih unggul dari pesaingnya.

Kalau perusahaan jasa, yang berhubungan dengan jasa titipan ekspres, yang terbesar di Indonesia itu untuk darat adalah Indah Logistik, cara perusahaan menonjolkan ciri produk itu agar tampak lebih berbeda dengan perusahaan lain adalah dengan memperbanyak agen, memperbanyak cabang. Jadi kita di provinsi itu mempunyai cabang besar, kalau di Kabupaten kita punya namanya cabang kecil atau cabang perwakilan. Untuk di Riau saja perusahaan kita sudah mempunyai 22 titik. Untuk diseluruh Indonesia terutama Sumatra kita sudah hampir punya diseluruh kecamatan dan untuk di pulau jawa kita juga sudah punya hampir disemua kecamatan. Jadi menonjolnya atau berbeda dengan perusahaan lainnya dimana, ya disitu. Kita sudah memperbanyak agen, dan sudah memperbanyak cabang, sehingga ini sangat berbeda dengan perusahaan darat yang lain seperti Lorena, Dakota,

Elteha, mereka hanya mempunyai cabang di provinsi, sedangkan perusahaan kita punya cabang diseluruh kabupaten, bahkan kalau di jawa itu diseluruh Kecamatan.cargo darat tidak bisa menjangkau, tetapi di Indah kita bisa menjangkau ataupun melayani daerah yang tidak bisa dilayani oleh perusahaan lain”.

(Sumber: Amrizal,2014)

Pernyataan Pak Amrizal itu juga diperkuat oleh karyawan bagian Customer Service yang menyampaikan:

“Dalam menerima pengiriman barang, kita selalu mengusahakan semua daerah tujuan yang diinginkan konsumen kita penuh, karena ini merupakan suatu kemenangan bagi perusahaan kami ketika kami bisa menjangkau wilayah yang tidak bisa dijangkau oleh perusahaan lain. sebisa mungkin apa yang diinginkan customer kami, kami akan ushakan melayani dan memenuhi”.

(Sumber : Oca,2014)

Dengan luasnya jangkauan wilayah yng dimiliki oleh Indah Logistik ini sudah merupakan satu kekuatan yang dimiliki oleh Indah Logistik dari pada perusahaan lain. Karena tidak semua cabang- cabang yang dimiliki oleh indah itu dimiliki oleh perusahaan lain, ini terbukti dengan banyaknya cargo- cargo yang melakukan kerja sama dengan indah, untuk wilayah yang tidak bisa dijangkau oleh perusahaan mereka untuk pengiriman dipercayakan ke Indah Logistik.

Kemudian dalam penelitian ini penulis juga ingin mengetahui bagaimana standar kesesuaian untuk produk yang ditawarkan oleh Indah Logistik itu sendiri, misalnya untuk perbedaan Kesesuaian atau standar yang dimiliki oleh indah Logistik ini juga dikemukakan oleh Area Manajer Sumatra di PT indah Logistik Cabang Pekanbaru :

“Yang pastinya setiap perusahaan yang ingin maju dan berkembang pastinya mereka memiliki standar tersendiri. Yang pertama kita mempunyai standar list harga yang berbeda dengan cargo lain. Kalau standar list harga di udara memang lebih tinggi daripada cargo di darat. Dibandingkan lagi dibawahnya, banyak perusahaan- perusahaan lain, jasa titipan lain tapi mereka tidak memiliki standar harga. Harganya rendah sekali.Tetapi kalau harga kita ini bisa dijangkau oleh dunia usaha ataupun orang-perorangan.Jadi kita disini standarnya lebih banyak ke standar harga. Setelah itu lead time, jadi waktu pengiriman/ waktu penyampain kiriman sangat berbeda dengan perusahaan lain, jauh lebih cepat kita dibandingkan cargo darat yang lain. Standar keamanan paket pasti ada, kita ini kan banyak konsumennya itu dari dunia usaha, yang sudah ada kerjasama sama kita, kita akan menjamin keamanan paketnya 100%. Untuk barang- barang yang

memang tingkat sensitivitasnya tinggi, kita sarankan untuk di packing kayu sesuai dengan keadaan atau kondisi paket yang dikirim”

(Sumber: Amrizal,2014)

Dengan adanya standar yang dimiliki atau pun diterapkan dalam suatu perusahaan itu juga merupakan suatu strategi pendukung untuk meyakinkan konsumen yang menggunakan jasa yang kita tawarkan. Seperti halnya indah cargo, untuk standar kesesuaian produk yang dimilikinya jelas berbeda dengan perusahaan lain, standar kesesuaian produk di Indah Logistik terbagi menjadi tiga bagian yaitu standar list harga yang dimiliki, standar ketepatan waktu, dan standar keamanan, dan standart list harga.

Untuk standar harga yang ditetapkan oleh Indah Logistic juga berbeda dari perusahaan lain, penulis juga mendapatkan informasi tersebut dari bagian penerimaan paket atau pengiriman barang yaitu bagian customer Service nya :

“Untuk pengiriman barang sendiri sebenarnya kita sudah memiliki standar harga, hitungannya percoli, untuk paket kecil misalkan sebesar kardus mie instan harganya bisa berkisar dua puluh lima ribu sampai tiga puluh, kalau paketnya agak besar, sebesar kardus rokok biasanya empat puluh sampai empat puluh lima ribu, tetapi kadang ada juga customer kita yang berani menawar walaupun harganya sudah tetap, kadang negoisasi bisa kita terima, tergantung daerah yang dituju, jika masih dekat- dekat” .

(Sumber : Dian)

Dari list harga yang ada, penetapan harga yang ditetapkan oleh Indah Logistik tidak terlalu rendah dan tidak pula terlalu tinggi. Semuanya sudah diperhitungkan sesuai dengan kebutuhan yang harus dikeluarkan oleh perusahaan dalam operasionalnya, jauh dekatnya tujuan pengiriman. Bahkan terkadang ada sebagian konsumen yang melakukan nego atas harga yang telah ditetapkan sesuai ukuran paket atau barang yang dikirim. Sering kali suatu perusahaan dalam memberikan standar harganya rendah, tetapi tidak memperhitungkan biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan operasionalnya itu sendiri, tetapi di indah itu tidak. Sampai saat ini para konsumen yang datang ke indah tidak pernah komplein dengan harga yang ditetapkan oleh perusahaan, ini juga dikarenakan biaya yang dikeluarkan itu sesuai dengan jasa yang diterima oleh konsumennya.

Kemudian untuk kesesuaian dalam waktu pengiriman, Indah Logistik selalu tepat waktu dalam hal pengiriman barang. Walaupun terkadang terjadi hal- hal yang diinginkan, misalkan ada kecelakaan mobil operasionalnya, maka mobil yang standbay akan segera menuju ke tempat kejadian. Sehingga tidak ada alasan untuk barang yang dikirim itu tertunda ke tujuannya, kecuali misalnya bencana alam, seperti banjir ataupun jalan putus diakibatkan longsor, itu tidak bisa dihindari karena itu adalah diakibatkan oleh alam, tetapi hal- hal yang masih bisa dikondisikan, Indah Logistik akan mengkondisikan situasi yang tidak diinginkan.

b. Differensiasi Pelayanan

Cara lain untuk melakukan differensiasi adalah secara konsisten memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing. Hal ini dapat dicapai dengan memenuhi atau bahkan melampaui kualitas jasa yang diharapkan para pelanggan. Kualitas jasa itu sendiri dipengaruhi oleh dua variabel yaitu jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan. Bila jasa yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan, maka para pelanggan menjadi tidak tertarik lagi pada penyedia jasa

Dalam hal pengantaran barang yang telah dikirim Indah Logistik selalu tepat waktu, karena Indah Logistik sadar betul sebagian dari pelangganya adalah dari dunia usaha, apabila terjadi keterlambatan dalam penyampaian kiriman ini akan menyebabkan kerugian bagi pelangganya, karena barang- barang yang akan dijual terlambat sampai ditangan pelangganya. Kemudian untuk hal pelayanan yang memuaskan, untuk perusahaan cargo darat, indah logistik merupakan satu- satunya perusahaan yang memiliki SMS Center. Untuk corporate, kita memberikan faktur/ lampiran lebih cepat daripada perusahaan lain, sehingga dengan pengembalian faktur cepat jadi ketika menerima atau menangih lebih cepat.

(Sumber: Alizar Wahab, 2014)

Indah Logistik dalam hal pengantaran barang berbeda dengan perusahaan lain, karena barang yang sudah sampai di daerah tujuan, akan diantar sampai ke alamat rumah si penerima, sesuai dengan moto Indah Logistik yaitu Door To Door, Untuk pengantaran itu dilakukan pagi setelah semua barang dibongkar dari mobil. Hanya indah Logistik sampai saat ini yang masih bertahan dengan moto jemput kerumah dan barang diantar lagi kerumah, karena mengingat untuk memberikan pelayanan tersebut selain biaya operasionalnya lebih besar dan kebutuhan armada yang lebih banyak.

“Dalam hal pelayanan kita harus menyanggupi semua permintaan customer, seperti halnya salah satu konsumen tetap indah meminta salah satu karyawan Indah logistic untuk bisa stand bay dikantor perusahaan konsumen tersebut. Untuk memudahkan dalam hal pengiriman agar bisa semakin cepat, meningat barang yang dikirim itu banyak, jadi untuk pencatatan resi pengiriman dilakukan dikantor Konsumen tersebut, dan membantu dalam hal memacking barang- barang agar terhindar dari kerusakan. Misalnya Oriflame, DNR, dan PPG”

(Sumber: Ongky, 2014)

Apapun bentuk pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan, seperti halnya meminta pelayanan yang lebih, pasti akan diberikan oleh PT Indah Logistic. Karena semakin baik pelayanan yang diberikan akan semakin baik pula respon konsumen terhadap suatu perusahaan. Di perusahaan lain tidak akan ada pelayanan – pelayanan seperti ini kita jumpai, karena hanya di Indah Logistic lah konsumen akan merasa dipentingkan berbeda dengan perusahaan lain.

Dari respon konsumen tersebut dapat kita simpulkan bahwa Indah Logistic itu memang benar- benar membuktikan apa yang telah dijanjikannya, yaitu memberikan pelayanan yang memuaskan konsumennya. Dan sangat memiliki toleransi yang tinggi, mengingat konsumen yang sangat membutuhkan pelayanan.

Melihat Kesuksesan Indah Logistik dalam menjalankan bisnisnya dapat kita lihat dari banyaknya konsumen tetap Indah Logistik yang sampai saat ini masih bertahan walaupun perusahaan jasa pengiriman semakin banyak yang berdiri.

Hampir semua perusahaan farmasi, buku- buku dipekanbaru itu melakukan pengiriman barangnya kepada Indah Logistik, karena Indah berbeda dari perusahaan lain, lebih cepat, harga yang ditawarkan tidak terlalu tinggi, dan Indah Logistik ada dimana- mana. Untuk mendapatkan konsumen baru itu tidak sesulit mempertahankan konsumen tetap. Oleh sebab itu Indah selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi semua pelanggan atau konsumen. Indah Logistik selalu rutin melakukan kunjungan kepada pelanggan tetapnya untuk mengetahui apa yang menjadi keluhan, hal ini juga sebagai masukan bagi perusahaan untuk lebih baik kedepannya dalam hal memberikan pelayanan.

c. **Differensiasi Personil**

Perusahaan dapat memperoleh banyak keunggulan kompetitif dan terlihat berbeda dari pesaingnya jika mendapatkan karyawan yang lebih baik dan melatihnya lebih baik dari perusahaan pesaing. Walaupun strategi yang dikemas itu sudah baik tetapi yang akan menjalankan strategi itu adalah personil dalam hal ini karyawannya. Jadi kesuksesan suatu perusahaan itu sudah menjadi satu kesatuan dari unit- unit ataupun masing- masing bidang kerjanya, misalnya dari Customer Service, Supir, Logistik yang menyusun barang- barang ke mobil, marketing, dan Colectornya. Jika salah satu dari mereka tidak baik dalam menjalankan tugas maka semua tidak akan berjalan dengan baik.

Kita bergerak dibidang jasa angkutan darat, jadi keahlian yang dimiliki oleh personil kami hanya keahlian- keahlian umum saja, tidak ada keahlian yang luar biasa, dan mungkin levelnya banyak di SMA atau SMK. Perbedaan keahlian itu tidak ada, akan tetapi yang menonjol itu bukan keahliannya melainkan Kekompakan dan kejujurannya. Tingkat kejujuran karyawan itu bisa diketahui berapa banyak barang yang hilang, jika tidak ada, berarti jujur”.

(Sumber: Bapak Alizar Wahab,2014)

Perbedaan personil yang dimiliki indah mungkin tidak ada bedanya dengan personil yang dimiliki oleh perusahaan lainnya, yaitu keahlian- keahlian umum sama halnya dengan perusahaan lain. Tapi disini lebih menonjol dari karyawan indah itu dari segi moralnya yaitu karyawan Indah Logistik itu tingkat kejujurannya tinggi, hal ini dibuktikan dengan tingkat kehilangan barang yang terjadi di indah itu jarang terjadi, karena perusahaan Indah Logistik selalu mengajarkan kepada karyawannya

untuk bekerja yang ikhlas dan halal, maka kebaikan akan diperoleh. Dan untuk kekompakan karyawan Indah Logistik juga sangat kompak, apabila karyawan yang A tidak hadir maka karyawan yang B bisa menggantikan, misalnya saja di Customer Service, masing- masing Customer Service itu harus bisa membuat surat jalan dari semua daerah. Dan rata- rata semua karyawan Indah Logistik itu sudah memahami masing- masing bidang kerja rekan- rekan kerjanya, sehingga bisa menggantikan posisi teman yang berhalangan hadir, dari situlah kekompakan terjadi. Dan Semua karyawan Indah Logistik itu kerja saling membantu dan saling toleransi dan sistem kekeluargaan di Indah Logistik itu sangat kuat. Mungkin dari segi personil itulah yang membedakan Indah Logistik dengan perusahaan lainya.

d. Differensiasi Citra

Dalam kondisi persaingan, pembeli merespon citra perusahaan secara berbeda- beda. Ada yang merespon negatif dan ada juga yang meresponnya positif, sesuai dengan citra yang dipublikasikan oleh perusahaan tersebut. Citra adalah bagaimana perusahaan bisa meyakinkan pelanggan dan calon pelangganya agar bisa tertarik dengan perusahaan kita, terutama dengan jasa yang kita tawarkan. Semakin baik citra yang ditonjolkan, semakin timbul rasa percaya di benak konsumen terhadap perusahaan tersebut. Ada banyak hal yang dapat dilakukan perusahaan agar citra perusahaanya dapat dikenal oleh konsumen dan menimbulkan kesan yang baik dimata konsumennya.

Akan lebih menginterpretasikan kembali uang perusahaan dalam bentuk pembukaan pembukaan daerah- daerah untuk jasa titipan yang belum dilayani oleh perusahaan manapun, jadi otomatis kita dikenal bisa mengabdikan untuk seluruh masyarakat. Dan kemudian kita membangun citra kita dengan membuka informasi sebesar- besarnya melalui situs resmi perusahaan yaitu www.indahlogistik.com yang bisa menerima aspirasi ataupun masukan dari seluruh pelanggan.

(Sumber: Bapak Amrizal, 2014)

Indah Logistik tidak pernah puas dengan pencapaian yang telah dicapai, untuk membangun citra yang lebih baik perusahaan ini akan lebih mengembangkan ke daerah- daerah yang belum dilayani oleh Indah Logistik, dengan begitu konsumen akan tertanam di otaknya kalau Indah Logistik ini adalah salah satu perusahaan yang berusaha memenuhi keinginan perusahaanya dengan memperluas jangkauan wilayah pengirimannya. Dan juga dibantu oleh situs resmi Indah Logistik bisa memberikan Informasi kepada calon konsumen dan konsumennya mengenai informasi yang terbaru yang ada di Indah Logistik, misalnya pembukaan cabang baru, dan juga bisa memberikan saran dan kritiknya secara bebas mengenai pelayanan yang diberikan.

3. Hambatan-Hambatan Pelaksanaan Strategi Differensiasi Sebagai Suatu Alternatif Strategi Mempertahankan Pelanggan

Dalam Pelaksanaan Strategi differensiasi sebagai suatu alternatif strategi mempertahankan pelanggan ada beberapa hambatan yaitu :

- a. Hambatan dari Internal Perusahaan
 1. Kurangnya kesadaran dari karyawan akan pentingnya peran konsumen, dan kurangnya kerja sama antar unit- unit kerja yang terkait sehingga strategi ddiferensiasi tidak terlalu dapat dirasa. Dalam hal ini karyawan lah yang sangat dibutuhkan kerja samanya agar strategi differensiasi dapat terwujud.
 2. Dalam melaksanakan strategi differensiasi yang menjadi hambatannya adalah ketika strategi itu sudah dilaksanakan, dan itu ditonjolkan hal ini kemudian akan ditiru oleh perusahaan lainnya, sehingga untuk terlihat berbeda itu sedikit sulit, karena ketika strategi differensiasi itu berhasil, maka akan banyak juga yang akan mengikuti strategi tersebut.
 3. Dalam melaksanakan strategi differensiasi sebagai strategi untuk mempertahankan pelanggan hal ini lebih banyak mengeluarkan biaya, misalnya saja pelayanan Door to Door tersebut, otomatis untuk biaya operasionalnya dua kali lipat dari perusahaan lain, sehingga dalam menetapkan harga yang tinggi sangat sulit.
- b. Hambatan dari Eksternal Perusahaan
 1. Banyaknya perusahaan sejenis yang berdiri, sehingga tingkat persaingan semakin tinggi, hal ini membuat tingkat kesulitan untuk mendapatkan konsumen yang lebih banyak lebih sulit, karena masing- masing perusahaan pastilah menawarkan jasa dengan pelayanan yang lebih
 2. Masuknya pendatang baru merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan memasuki suatu industry, karena semakin tinggi tingkat tawar-menawar yag dilakukan oleh calon pembeli atau konsumen tetap perusahaan.
 3. Kemajuan dibidang teknologi yang sangat pesat, dan pola piker konsumen yang semakin maju dan selalu ingin lebih mudah serta cepat dalam mendapatkan pelayanan merupakan tugas perusahaan untuk selalu mengedepankan keunggulan dengan inovasi dan kreatifitas karyawanya.

Kesimpulan

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian secara keseluruhan dapat dilihat bahwa pelaksanaan strategi differensiasi yang dilakukan oleh PT Indah Logistic cukup baik. Efek terbaik terdapat pada Differensiasi Produk dan Citra. Differensiasi Pelayanan dan Personil perusahaan masih cukup baik atau belum dilaksanakan secara maksimal oleh perusahaan. Berikut ini merupakan rincian hasil penelitian tentang strategi differensiasi yang telah dilaksanakan oleh PT Indah Logistic Pekanbaru, yaitu :

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan tentang pelaksanaan strategi differensiasi perbedaan lebih terlihat dari segi differensiasi produk dan differensiasi citra. Produk memiliki perbedaan dengan perusahaan lainya. Ciri produk yang menonjol atau berbeda yaitu banyak cabang- cabang perusahaan dan wilayah jangkauan operasional perusahaan dan komplein yang mudah diperbaiki, dan keandalan dari segi harga, waktu, dan jangkauan wilayah yang luas dan memiliki standar kesesuaian yaitu standar harga dan lead time. Sedangkan dari hasil penelitian yang dilakukan tentang pelaksanaan strategi differensiasi citra memiliki perbedaan dengan pesaingnya, namun pelaksanaan differensiasi citra khusus pada media belum dilaksanakan dengan baik. Kemudian pada hasil penelitian yang dilakukan tentang pelaksanaan strategi differensiasi pada differensiasi pelayanan dan differensiasi personil pada PT Indah Logistic cukup baik tidak terlalu menonjol dari pesaingnya. Pada differensiasi Pelayanan pengantaran lebih unggul dibandingkan pelatihan pelanggan, jasa konsultasi, dan perbaikan. Pada differensiasi personil keramahan dan cepat tanggap lebih unggul dibandingkan kompetensi dan dapat dipercaya.

2. Yang menjadi faktor- faktor penghambat yang dihadapi PT Indah Logistic ada dua faktornya, pertama dari faktor internal perusahaan dan eksternal perusahaan. Kalau dari segi Internal perusahaan masih kurangnya kesadaran dari karyawan atau pentingnya peran konsumen, dan masih kurangnya kerja sama antar unit- unit kerja sehingga differensiasi tidak terlalu bisa dirasa. Dalam hal ini karyawan lah yang sangat dibutuhkan kerja samanya agar strategi differensiasi dapat terwujud. Dalam strategi differensiasi ketika kita berhasil menjalankan strategi tersebut, maka pesaing akan meniru, pesaing akan membuat perbedaan itu tidak terlihat. Dalam melaksanakan strategi differensiasi lebih banyak mengeluarkan biaya terutama dalam pelayanan door to door biaya operasional yang dikeluarkan dua kali lipat dari perusahaan lain. Dan dari eksternal perusahaan banyaknya perusahaan sejenis yang berdiri sehingga tingkat persaingan semakin tinggi, dan untuk mendapatkan konsumen lebih banyak itu lebih sulit. Masuknya pendatang baru

merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan, karena hal ini menyebabkan tingginya tingkat tawar yang dilakukan oleh calon pembeli atau konsumen tetap. Kemajuan dibidang teknologi yang sangat pesat, yang menyebabkan pola pikir konsumen lebih maju dan selalu ingin mudah dalam mendapatkan pelayanan, hal ini merupakan tugas perusahaan untuk mengedepankan keunggulan dengan inovasi serta kreatifitas karyawannya.

B. Saran

1. Untuk mendukung strategi differensiasi yang telah diterapkan oleh PT Indah Logistic Pekanbaru maka kiranya perlu ditingkatkan lebih baik. Sebaiknya para pimpinan PT Indah Logistic Pekanbaru memberikan perhatian khusus di bidang pelayanan serta personil. Harus lebih ramah dalam menerima pelanggan, kecepatan pelayanan, serta langsung menanggapi semua kritik dan saran dari pelanggan dan untuk personil agar diberikan pelatihan khusus agar dapat bekerja sesuai dengan kemampuannya. Dan untuk produk, PT Indah Logistic perlu melakukan inovasi produk yang memberikan perbedaan yang lebih menarik dibandingkan pesaing, sedangkan untuk citra perusahaan, sebaiknya PT Indah Logistic pekanbaru lebih sering melakukan program- program yang menarik.
2. Sebaiknya PT Indah Logistic itu lebih menjalin kekompakan antar unit- unit kerja terutama dengan agen- agen atau cabang di kota lain, agar waktu pengiriman bisa lebih cepat. Lebih mencari apa yang menjadi kekuatan dari perusahaan dan selalu menjaga kekuatan tersebut bisa menjadi kemenangan yang dapat ditonjolkan dari pesaing. Memberikan harga yang sesuai dengan standar kemampuan konsumen dan yang bisa menutupi biaya operasional dikarenakan PT Indah Logistic memberikan pelayanan antar dan jemput kerumah pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Affif, Faisal, 2000, *Menuju Pemasaran Global*, Penerbit Eresco, Bandung
- Akbar, Urmatul Uska, *Analisis Kepuasan Konsumen Restoran Papa Ron's Pizza Bogor*, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB, Bogor, 2009
- Alma, Buchari, 2004, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Jakarta, Raja Grafindo Persada
- Hermawan, Hery. *Strategi Bisnis Perusahaan Dalam Memenangkan Persaingan (Studi Pada Adira Quantum Multi Finance Pekanbaru)*, Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Pekanbaru, 2008.
- Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian, Edisi ke 9e*, Alih Bahasa Hendra Teguh, Prenhallindo, Jakarta
- _____ dan Gary Desler, 2000, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi ke 4, jilid 1, Alih Bahasa
- Kotler, N, Bloom dkk 1996, *Teknik Strategi Pemasaran Jasa dan Profesional*, Intermedia : Jakarta
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Ed 11, Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, Hooi Den Huan dan Sandra Liu, 2003, *Rethinking Marketing*, Jakarta: Indeks
- Keegan, Warren J, 1995, *Marketing*, Prentice Hall Inc, Jakarta
- Lestari, Dwi Endah, *Analisis Strategi Differensiasi yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Telkom Flexi Classy Telkom Divre IV Jawa Tengah dan DIY)*, 2005.
- Litter, John, 1999, *Marketing Suatu Perspektif, Terjemahan Tim Erlangga*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Porter, Michael, 1998, *Keunggulan Bersaing*, Penerbit Bina Rupa Aksar, Jakarta
- Rosa, Elvira, *Analisis Strategi Differensiasi Sepeda Motor Merek Yamaha pada CV Tri Star Kencana Bangkinang*, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Riau, Pekanbaru, 2005.
- Saladin, H. Djaslim, 2000, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Penerbit Mandar Maju, Bandung
- Sugiyono.2008, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu, 1998, *Manajemen Pemasaran Modern*, Penerbit Liberty, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2000, *Prinsip-Prinsip Quality Service*, Edisi Ke- 3, Cetakan Ketiga, Andi Yogyakarta

- Tjiptono, Fandy, 2001, *Manajemen Jasa*, Andy Offset, Yogyakarta
- Umar, Husein. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi kedua.
Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Yazid, 2000, *Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi*, Ekonesia FE UII,
Yogyakarta
- Yoeti, Oka, A, 2003, *Customer Service: Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*,
Jakarta, Pradya Paramita
- Yulistia, *Implementasi Strategi Differensiasi terhadap Minat Menggunakan
Tabungan Pendidikan Anak Sekolah (Tapenas) pada PT. Bank Negara
Indonesia (Persero) TBK. Cabang Tembilahan*, Program Studi Administrasi
Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, Pekanbaru,
2010.