

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK WESEL POS TERHADAP PELAYANAN PADA PT POS INDONESIA (Studi Pada Kantor Pos Watampone)

Andi Jasgunawan¹

Prodi Ekonomi Syariah FEBI
Institut Agama Islam Negeri Bone
Email : a.jasgunawan@gmail.com

Ismail Keri²

Institut Agama Islam Negeri Bone
Email : Ismailkeri48@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai Pengaruh Diferensiasi Produk Wesel Pos Terhadap Pelayanan Pada PT Pos Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk wesel pos terhadap pelayanan dan seberapa besar pengaruh diferensiasi produk wesel pos terhadap pelayanan pada Kantor Pos Watampone. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dengan populasi yang diperoleh sebanyak 190 sehingga menghasilkan 66 sampel yang merupakan konsumen wesel pos dengan menggunakan rumus slovin. Teknik pengumpulan data yaitu kuesioner, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu regresi linear sederhana dengan program SPSS Versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diferensiasi produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap pelayanan dengan koefisien sebesar 0,706. Dari pengujian koefisien determinasi diketahui 70,6% menunjukkan bahwa diferensiasi produk memiliki pengaruh terhadap pelayanan. Sedangkan sisanya 29,4% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diketahui atau tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

Kata kunci: Diferensiasi Produk, Pelayanan

A. Pendahuluan

Perkembangan PT. Pos Indonesia saat ini telah mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam bidang perposan khusus nya dari segi diferensiasi produk atau pembedaan produk yang ditawarkan kepada konsumen, agar konsumen dapat tertarik untuk menggunakan produk pada PT. Indonesia. Produk yang ditawarkan tersebut yaitu produk pengiriman uang yang disebut dengan Wesel pos. Menurut data perkembangan penggunaan produk wesel pos Kantor Pos Watampone pada tahun 2020 tercatat 190 pengguna pada produk Western Union (Wesel Pos), dengan hitungan berkisar 15 hingga 16 transaksi perbulannya terkhusus penggunaan produk wesel pos pada Kantor Pos Watampone. Hal ini menunjukkan bahwa produk wesel pos masih cukup dikenal di kalangan masyarakat Kabupaten Bone.

Tingkat eksistensi produk wesel pos saat ini terbilang cukup baik, karena melihat data perkembangan diatas khusus pengguna wesel pos masih konsisten dalam perbulannya. Semakin tinggi tingkat penggunaan produk yang diperoleh maka akan semakin tinggi tingkat pelayanan pada Kantor Pos Watampone, dengan meningkatnya pelayanan pada suatu perusahaan maka akan semakin meningkat pula pendapatan pada PT. Indonesia. Oleh karena itu salah satu faktor utama penyebab terjadinya peningkatan pelayanan pada suatu perusahaan yaitu berdasarkan pada produk yang ditawarkan kepada konsumen, bahwa perusahaan harus mampu menawarkan suatu produk yang berbeda sehingga masyarakat dapat tertarik menggunakan produk pada suatu perusahaan. Pada dasarnya dengan dilakukan penawaran produk yang berbeda atau diferensiasi produk maka perusahaan dapat mempengaruhi konsumen merasa puas terhadap produk yang ditawarkan akan harga produk, karakteristik produk dan strategi suatu perusahaan

Penelitian ini hadir untuk membahas terkait diferensiasi produk terhadap pelayanan serta melihat perbedaan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Maka dari itu, penelitian ini membahas secara mendalam terkait pelayanan dengan menggunakan kriteria pelayanan berupa aktivitas interaksi, keandalan, ketanggapan, jaminan dan perhatian. Sedangkan terkait diferensiasi produk menggunakan kriteria diferensiasi berupa memodifikasi produk, menarik, tidak mudah ditiru, unggul, dan terjangkau. Semua itu dilakukan penuh oleh perusahaan akan produk yang ia tawarkan agar dapat menarik konsumen untuk menggunakannya sehingga pelayanan dalam suatu perusahaan dapat meningkat.

B. Kajian Teori

1. Diferensiasi

Diferensiasi adalah sebuah tindakan merancang segala suatu agar terdapat perbedaan dalam menawarkan sehingga memiliki nilai yang tinggi di mata konsumen. Diferensiasi produk merupakan penciptaan suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dengan produk-produk yang telah beredar dengan maksud untuk membuat produk menjadi lebih dikenal dan menarik para konsumen. Tujuan dari strategi diferensiasi adalah mengembangkan posisi yang tepat sesuai keinginan pelanggan potensial yang ingin dituju. Jika pasar melihat perbedaan produk perusahaan dibanding produk perusahaan lain maka akan lebih mudah mengembangkan pemasaran produk yang akan ditawarkan tersebut. **(Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2012: 211)**

2. Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk adalah kegiatan memodifikasi produk agar menjadi menarik dimata konsumen. Dalam melakukan diferensiasi produk perusahaan harus melakukan penelitian pasar yang memang cukup serius agar dapat menciptakan produk yang benar-benar berbeda, dimana perusahaan perlu mengetahui tentang produk yang dimiliki perusahaan lain.

Diferensiasi produk ini biasanya hanya mengubah karakter produk, misalnya kemasan dan tema produk tanpa merubah secara detail fisik produk. (Philip Kotler, 2011: 385)

3. *Wesel Pos*

Wesel Pos merupakan salah satu bentuk layanan jasa pengiriman uang yang berada dibawah PT. Pos Indonesia sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang layanan jasa pos dan kurir, keuangan, retail dan jasa property. Jadi secara singkat dapat dikatakan bahwa Wesel Pos adalah jasa pengiriman uang milik PT. Pos Indonesia sebagai BUMN yang mencakup layanan nasional (dalam negeri) dan internasional (luar negeri).Kelebihan dari pengiriman uang melalui Wesel Pos adalah bahwa anda tidak perlu membuat rekening sebagaimana yang dilakukan pada suatu Bank jika pengiriman berupa uang, akan tetapi hanya dengan data identitas resmi yang dimiliki dan kesesuaian data yang berada pada dokumen pengiriman. (Ratih Kumala, 2018: 8)

4. *Pelayanan*

Proses pemenuhan kebutuhan seseorang dengan berinteraksi secara langsung disebut pelayanan. Pada dasarnya pelayanan itu dapat di defenisikan bahwa segala aktifitas interaksi seseorang, kelompok atau organisasi baik secara langsung ataupun tidak langsung. Dalam mutu pelayanan itu berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan, yang dapat memenuhi harapan yang diinginkan.Pelayanan dapat diartikan sebagai kegiatan yang ditawarkan oleh suatu organisasi, kelompok atau bahkan perorangan kepada pelanggan atau konsumen, yang didalamnya bersifat tidak dapat dilihat dan juga tidakdapat dimiliki. (M. Nur Rianto, 2010: 211).

C. *Tinjauan Literatur*

Penelitian yang dilakukan oleh Cokorda Gde Mandhara Putra Sukawati mahasiswa Universitas Udayana (Unud) Bali Fakultas Ekonomi dan Bisnis tahun 2015 dengan judul “Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Upaya Membangun Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan Pada Hotel The Royal Pitamaha Ubud”. Penelitian ini membahas tentang pengaruh strategi diferensiasi yang dilakukan pada The Royal Pita Maha terhadap keunggulan daya saing dengan jumlah 100 responden serta menggunakan metode non probability sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh diferensiasi terhadap keunggulan daya saing berkelanjutan. Diferensiasi produk dan diferensiasi pelayanan berpengaruh positif dan nyata terhadap daya saing berkelanjutan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ela Wulandari mahasiswa Universitas Negeri Semarang fakultas Ekonomi jurusan Pendidikan Ekonomi tahun 2019 dengan judul “Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk Dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Ikm Kopi Di Kabupaten Temanggung”. Penelitian ini membahas

tentang pengaruh diferensiasi produk dan diferensiasi citra terhadap keunggulan bersaing dan pengaruhnya terhadap kinerja pemasaran Industri Kecil Menengah Kopi di Kabupaten Temanggung. Analisis menunjukkan hasil yang signifikan dan positif dari diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing, sedangkan diferensiasi citra tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Semakin tinggi perusahaan menerapkan strategi diferensiasi produk maka akan meningkatkan keunggulan bersaing, namun semakin tinggi diferensiasi citra yang diterapkan perusahaan belum tentu meningkatkan keunggulan bersaing dan keunggulan bersaing meningkatkan kinerja pemasaran.

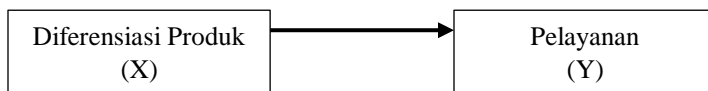
Penelitian yang dilakukan oleh Nicky Hannry Ronaldo Tampi mahasiswa megister Universitas Sam Ratulangi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Magister Manajemen tahun 2015 dengan judul “Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan Dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Pt.Telkomsel Grapari Manado)”. Penelitian ini membahas tentang pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing, pengaruh strategi diferensiasi layanan terhadap keunggulan bersaing, pengaruh strategi diferensiasi citra terhadap keunggulan bersaing, pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran. Penelitian ini menunjukkan bahwa Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing secara parsial signifikan. Pengaruh Diferensiasi Layanan terhadap Keunggulan Bersaing secara parsial tidak signifikan. Pengaruh Diferensiasi Citra terhadap Keunggulan Bersaing secara parsial tidak signifikan. Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Variabel Kinerja Pemasaran secara parsial signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ndari Endah Islami mahasiswa Universitas Islam Kalimantan MAB Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen tahun 2019 dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Pengiriman Uang Wesel Pos Instan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pt. Pos Indonesia (Persero) Cabang Pelabuhan”. Penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas produk wesel pos instan terhadap kepuasan konsumen di PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Pelabuhan, dan pelaksanaan pengiriman uang wesel pos instan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Pelabuhan. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk wesel pos instan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT. Pos Indonesia (Persero), dan pelaksanaan pengiriman uang wesel pos instan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Pelabuhan, hal ini mengindikasikan para pemimpin memahami apa yang dapat memotivasi petugas untuk lebih meningkatkan lagi pelayanan kualitas produk wesel pos instan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Muzakki mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim fakultas Ekonomi jurusan Manajemen tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Dimediasi Oleh Inovasi Produk (Studi Pada Indutri Sepatu dan Alas Kaki di Kota Malang)”. Penelitian ini membahas

tentang Pengaruh diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing dimediasi oleh inovasi produk. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh langsung variabel diferensiasi produk terhadap variabel keunggulan bersaing pada industri sepatu dan alas kaki di kota malang, sedangkan variabel inovasi produk memediasi pengaruh diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing pada industry sepatu dan alas kaki di Kota Malang. Dengan diferensiasi produk, produk inovatif yang memenuhi kebutuhan konsumen dapat menjadi area dimana perusahaan memiliki keunggulan dibandingkan pesaing. Inovasi produk memiliki peran sebagai mediator antara diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing.

D. Kerangka Fikir



Berdasarkan kerangka pikir diatas, fokus penelitian pada permasalahan ini adalah Diferensiasi produk wesel pos dan meningkatkan pelayanan . Setelah itu hal yang perlu dikaji lebih mendalam yaitu seberapa besar pengaruh Diferensiasi produk wesel pos terhadap peningkatan pelayanan. Maka ditentukan bahwa Diferensiasi produk wesel pos sebagai variabel independent (X) dan Meningkatkan pelayanan sebagai variabel dependent (Y).

Adapun Hipotesis

H_0 = Diferensiasi produk wesel pos tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pelayanan

H_1 = Diferensiasi produk wesel pos berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pelayanan

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan tempat penelitian, yaitu Kantor Pos Watampone dan peneliti akan langsung kelapangan untuk mencari data yang di butuhkan. Maka jenis penelitian ini menggunakan *field research*. Penelitian lapangan (*field research*) yaitu sebuah penelitian yang di lakukan langsung di lapangan dan bertemu dengan responden.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada sampel atau populasi tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3. Data dan Sumber Data

Data Primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian ini atau objek penelitian. Dengan kata lain data diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti yang berkaitan dengan penelitian ini.

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber sekunder atau sumber kedua dari data yang dibutuhkan. Data dalam penelitian ini diperoleh dari pihak terikat seperti manajer yang mengelola data wesel pos pada Kantor Pos Watampone, dan kajian ilmiah yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

4. *Populasi dan Sampel*

Populasi yang di maksud pada penelitian ini adalah pengguna jasa wesel pos pada Kantor Pos Watampone sebanyak 190 konsumen.

Perolehan jumlah sampel berdasarkan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

- n : Jumlah Sampel
- N : Jumlah populasi
- 1 : Angka Konstan
- e : Presisi (10%)

Berdasarkan data dari Kantor Pos Watampone priode 2020 Tercatat sebanyak 190 konsumen wesel pos. Oleh karena itu jumlah sampel minimal untuk penelitian ini dengan eror sebesar 10% adalah:

$$n = \frac{190}{1 + 190(10\%)^2}$$

$$n = \frac{190}{1 + 190(0,01)}$$

$$n = 65,51$$

$$n = 66$$

Jadi jumlah sampel yang di peroleh ada 66 responden.

5. *Teknik Pengumpulan Data*

Teknik pengumpulan data yang dilakukan kali ini menggunakan penelitian lapangan dengan metode pendekatan kuantitatif. Maka pengumpulan datanya menggunakan kuesioner (Angket), observasi, dan dokumentasi.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji regresi linier sederhana, dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan program olah data SPSS Versi 20.

F. Hasil dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas Diferensiasi Produk

Item Soal	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,690	0,238	Valid
2	0,667	0,238	Valid
3	0,486	0,238	Valid
4	0,550	0,238	Valid
5	0,620	0,238	Valid
6	0,720	0,238	Valid
7	0,588	0,238	Valid
8	0,731	0,238	Valid
9	0,693	0,238	Valid
10	0,680	0,238	Valid
11	0,618	0,238	Valid
12	0,622	0,238	Valid
13	0,629	0,238	Valid

Sumber : Hasil olah data dengan IBM SPSS Statistic 20, diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua item didalam variabel Diferensiasi Produk yang diuji dalam penelitian dinyatakan bahwa masing-masing instrumen pernyataan dianggap valid karena nilai r_{hitung} yang merupakan nilai item dari *Corrected Item-Total Correlation* > dari r_{tabel} pada signifikan $\alpha = 5\%$ atau 0,05

Hasil Uji Validitas Pelayanan

Item Soal	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,679	0,238	Valid

2	0,600	0,238	Valid
3	0,673	0,238	Valid
4	0,814	0,238	Valid
5	0,553	0,238	Valid
6	0,752	0,238	Valid
7	0,667	0,238	Valid
8	0,771	0,238	Valid
9	0,615	0,238	Valid
10	0,624	0,238	Valid
11	0,702	0,238	Valid
12	0,659	0,238	Valid
13	0,699	0,238	Valid
14	0,714	0,238	Valid

Sumber : Hasil olah data dengan IBM SPSS Statistic 20, diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua item didalam variabel Pelayanan yang diuji dalam penelitian dinyatakan bahwa masing-masing instrumen pernyataan dianggap valid karena nilai r_{hitung} yang merupakan nilai item dari *Corrected Item-Total Correlation* > dari r_{tabel} pada signifikan $\alpha = 5\%$ atau 0,05

Hasil Uji Reliabilitas X dan Y

No	Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Diferensiasi Produk (X)	0,876	Reliabel
2	Pelayanan (Y)	0,910	Reliabel

Sumber : Hasil olah data dengan IBM SPSS Statistic 20, diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel Diferensiasi Produk (X) dan variabel Pelayanan (Y) memiliki nilai Nilai Cronbach's Alpha > 0,80. Maka dari itu, setelah butir kuesioner diuji dengan menggunakan teknik pengukuran Cronbach's Alpha dapat dikatakan bahwa hasil uji instrumen ini memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi karena nilai Cronbach's Alpha telah berada pada tingkat nilai 0,800 - 1,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument dari kuesioner yang digunakan untuk menjelaskan variabel Diferensiasi Produk dan Pelayanan dinyatakan Reliabel atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual

N		66
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4.04534752
Most Extreme Differences	Absolute	,123
	Positive	,123
	Negative	-,064
Kolmogorov-Smirnov Z		1
Asymp. Sig. (2-tailed)		,270
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : Output IBM SPSS Statistic 20, diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas Dalam pengambilan keputusan dalam uji normalitas menggunakan kolmogrov, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (.0,05) maka data berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (<0,05) maka data tidak berdistribusi normal. Dari uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,270, hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari nilai tingkat kepercayaan ($\alpha = 0,05$). Maka dari itu nilai dari (*Asymp. Sig. 2-tailed*) sebesar 0,270>0,05 dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal karena telah ditemukan nilai signifikan nya sebesar 0,270 lebih besar dari 0,05.

Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Pelayanan * Diferensiasi Produk	Between Groups	(Combined)	3053,026	24	127,209	9,197	,000
		Linearity	2556,407	1	2556,407	184,824	,000
		Deviation from Linearity	496,619	23	21,592	1,561	,105
	Within Groups		567,095	41	13,832		
	Total		3620,121	65			

		21	5		
--	--	----	---	--	--

Sumber : Output IBM SPSS Statistic 20, diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai *sig linearity* untuk data tersebut adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai *sig deviation from linearity* data tersebut tersebut adalah sebesar $0,105 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel Diferensiasi Produk (X) dengan variabel Pelayanan (Y). Salah satu asumsi yang harus dipenuhi sebelum melakukan analisis regresi adalah uji linearitas, jadi hasil uji linieritas pada tabel diatas bahwasanya data yang dipergunakan dapat dijelaskan oleh regresi linier dengan cukup baik, karena nilai *sig. deviation from linearity* 0,105 lebih besar dari 0,05

Hasil Uji Regresi linear Sederhana

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11,386	3,279		3,472	,001
Diferensiasi Produk	,877	,071	,840	12,402	,000

a. Dependent Variable: Pelayanan

Sumber : Output IBM SPSS Statistic 20, diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai nilai thitung $12,402 > t_{tabel} 1,996$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa variabel diferensiasi produk (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel pelayanan (Y). Maka dari itu jawaban atas hipotesis adalah H_0 di tolak dan H_1 diterima.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,840 ^a	,706	,702	4,07683

a. Predictors: (Constant), Diferensiasi Produk

b. Dependent Variable: Pelayanan

Sumber : Output IBM SPSS Statistic 20, diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas hasil uji koefisiensi determinasi dapat diketahui bahwa *R square* (R²) sebesar 0,706 atau 70,6% variasi variabel pelayanan (Y) dapat dijelaskan oleh diferensiasi produk (X). Ini menunjukkan hubungan linier positif yang kuat antara kedua variabel. Karena berdasarkan model regresi ini menunjukkan bahwa variabilitas pelayanan

dapat diprediksi menggunakan diferensiasi produk sebesar 70,6%. Hanya 29,4% dari variabilitas pelayanan dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya selain variabel dalam model regresi.

Pengaruh Diferensiasi Produk Wesel Pos terhadap Pelayanan pada Kantor Pos Watampone

Dalam melakukan penawaran produk kepada konsumen tentunya ada interaksi antara karyawan loket dengan konsumen, karyawan senantiasa bersikap sopan, ramah, senyum, salam, dan sapa serta menghargai antar manusia, jangan ada membeda-bedakan dan senantiasa adil kepada semua orang. Tujuan utama dari Kantor Pos Watampone adalah Membangun bangsa yang lebih sejahtera. Dalam menawarkan berupa produk maupun pelayanan atau jasa ia memberikan yang berkualitas, dan tidak memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Praktik-praktik pada Kantor Pos Watampone dapat diklasifikasikan dalam penawaran produk dan pelayanan. Perusahaan BUMN ini berdiri berdasarkan label konvensional. Bahwa dalam menawarkan suatu produk ia memberikan produk yang berkualitas, menarik, unggul dan terjangkau dan dalam memberikan pelayanan ia senantiasa bersikap adil, tanggap, dan perhatian.

Adapun hasil penelitian didapat (0,025;66) dimana $\alpha = 0,05$ dan k adalah jumlah variabel independen dan n adalah jumlah sampel, maka dapat dihasilkan nilai sebesar 1,996 dengan perumusan hipotesisnya H_0 Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan H_1 Terdapat pengaruh yang signifikan antara diferensiasi produk dan peningkatan pelayanan, dengan taraf pengujian H_1 ditolak atau H_0 diterima apabila nilai thitung < ttabel atau nilai sig > 0,05 H_1 diterima atau H_0 ditolak apabila nilai thitung > ttabel atau nilai sig. < 0,05. Jadi, berdasarkan hasil uji pada tabel 4.12 yang diperoleh yaitu nilai sig. < 0,05 atau sebesar Sig. 0,000 < 0,05 artinya memiliki pengaruh yang signifikan dan nilai thitung 12,402 > ttabel 1,996 hal ini menunjukkan terdapat pengaruh yang positif. Maka dari itu pada variabel diferensiasi produk (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel pelayanan (Y). Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil penelitian tersebut bahwa diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan.

Berpengaruhnya Diferensiasi Produk terhadap Pelayanan dalam penelitian ini bahwa hal tersebut telah sesuai dan sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler yang mengatakan bahwa Diferensiasi produk itu suatu kegiatan memodifikasi produk agar menjadi menarik dimata konsumen. Dalam melakukan diferensiasi produk perusahaan harus melakukan penelitian pasar yang memang cukup serius agar dapat menciptakan produk yang benar-benar berbeda dan kriteria dalam mendiferensiasi produk yaitu memodifikasi produk, menarik, tidak mudah ditiru, unggul, dan terjangkau.

Besarnya pengaruh Diferensiasi Produk Wesel Pos terhadap Pelayanan pada Kantor Pos Watampone.

Diferensiasi produk wesel pos yang dilakukan oleh Kantor Pos Watampone menjadikan tingkat pelayanan pada Kantor Pos Watampone menjadi meningkat. Oleh karena itu, dengan

dilakukannya diferensiasi produk akan membuat pelayanan lebih meningkat. Untuk membuktikan hal tersebut, penulis melakukan penelitian mengenai pengaruh diferensiasi produk terhadap pelayanan pada Kantor Pos Watampone. Dengan mengambil sampel sebanyak 66 responden dan melakukan pengujian menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistic 20.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terdapat pengaruh yang signifikan antara diferensiasi produk wesel pos terhadap peningkatan pelayanan. Melihat pada tabel 4.13 hasil uji koefisiensi determinasi dengan melihat besarnya pengaruh nilai R square yang di dapat sebesar 0,706 atau sebesar 70,6%. Nilai tersebut dikategorikan tinggi dikarenakan pelayanan lebih dominan dipengaruhi oleh variabel diferensiasi produk dan hanya sedikit variabel lain yang mampu mempengaruhi pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh diferensiasi produk terhadap peningkatan pelayanan pada Kantor Pos Watampone sebesar 70,6%. Nilai itu dapat dikatakan tinggi karna hanya menyisakan 29,4% untuk faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diketahui atau tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

Setelah melihat besarnya pengaruh Diferensiasi Produk terhadap peningkatan Pelayanan, hal tersebut telah sesuai dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Muzakki bahwa pengaruh nya diferensiasi produk sangatlah besar dengan melihat kriteria-kriteria yang menjadi indikator dalam mendiferensiasi produk yaitu Tidak mudah ditiru (preemptive), Keunggulan (superior), dan Terjangkau (affordable).

G. Kesimpulan

Pengaruh Diferensiasi Produk Wesel Pos terhadap Pelayanan pada Kantor Pos Watampone memiliki persamaan regresi sederhana ($Y=11,386 + 0,877X$). Bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka variabel Diferensiasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Pelayanan dan nilai koefisien regresinya sebesar $X=0,877$, maka dapat disebutkan bahwa Diferensiasi Produk memiliki pengaruh secara positif terhadap peningkatan Pelayanan. Besarnya pengaruh Diferensiasi Produk Wesel Pos terhadap Pelayanan pada Kantor Pos Watampone, bahwa nilai R square sebesar 0,706 (70,6%) sedangkan sisanya 29,4% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diketahui atau tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

Daftar Pustaka

Kotler dan Kevin Lane Keller. Manajemen Pemasaran jilid 2. Ed. 13. terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga, 2012.

_____. Philip dan Armstrong. Prinsip-prinsip Marketing. Jakarta: Salemba Empat, 2004.

_____. Manajemen Pemasaran jilid 1 & 2. Jakarta: PT Indeks, 2007.

- Muzakki, Mohammad. “Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Dimediasi Oleh Inovasi Produk (Studi Pada Indutri Sepatu dan Alas Kaki di Kota Malang”. Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2020.
- Nanang Martono. Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder. Cet. 5; Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Ndari Endah Islami. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Pengiriman Uang Wesel Pos Instan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pt. Pos Indonesia (Persero) Cabang Pelaihari”. Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan MAB, Kalimantan, 2019.
- Nicky Hannry Ronaldo Tampi. “Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan Dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Pt.Telkomsel Grapari Manado)”. Skripsi, Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi, Manado, 2015.
- Noor, Juliansyah. Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah. Ed. I. Cet. 5; Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2015.
- Priyatno, Dwi. Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution) Untuk Analisis Data & Uji Statistik. Cet. 3; Yogyakarta: MediaKom, 2009.
- PT. POS Indonesia. “Core Giro System [Data Layanan dan Transaksi]”. dalam <https://cgs.posindonesia.co.id>, 24 Juni 2021
- _____. “Profil Perusahaan [Sejarah Pos Indonesia]”. dalam <https://www.posindonesia.co.id/id/content/sejarah-pos>, 24 Juni 2021
- _____. “Profil Perusahaan [Visi, Misi, dan tujuan]”. dalam <https://www.posindonesia.co.id/id/content/visi-misi-tujuan-dan-tata-nilai>, 24 Juni 2021
- Putra Sukawati, Cokorda Gde Mandhara, “Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Upaya Membangun Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan Pada Hotel The Royal Pitamaha Ubud”. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, 2015.
- Rianto, M. Nur. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari’ah. Bandung: Alfabeta, 2010.

- Romlas, Soni Hadiono. "Prosedur Administrasi Layanan Wesel Pos Pada PT. Pos Indonesia (Persero)". Laporan Praktek Kerja Nyata, Program Studi Administrasi Keungan dan Perbankan Fakultas Ekonomi Universitas Jember, Jawa Timur, 2014.
- Safira, Fidan, Choirul Saleh, dan Agung Suprpto, "Implementasi Program Perpuseru Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Perpustakaan". Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 3, No. 5, Oktober 2013.
- Siregar, Syofian. Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS. Ed. 1. Cet. 4; Jakarta: Kencana, 2013.
- Sudijono, Anas. Pengatur Statistik pendidikan. Cet. XXX; Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Cet. VI; Bandung:Alfabeta, 2014.
- Tupen, Imelda Kewa, "Pengaruh Diferensiasi Produk, Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Pasta Gigi Pepsodent Di Surabaya". Jurnal Manajemen, Vol. 6, No. 2, Juni 2018.
- Wati, Kristiana Widia, "Peran Standar Kompetensi Karyawansebagai Upaya Meningkatkan Pelayanan Primabisnis Perbankan Di Indonesia". Jurnal Manajemen, Vol. 6, No. 3, Mei 2016.
- Wulandari, Ela. "Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk Dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Ikm Kopi Di Kabupaten Temanggung". Skripsi, Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, Semarang, 2019.