



PENGARUH LEARNING ORGANIZATION TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF PADA KANTOR POS INDONESIA REGIONAL X MAKASSAR

Ria Anggriani¹, Suryadi Lambali², Muh. Tang Abdullah³

^{1,2,3}Universitas Hasanuddin

Info Artikel

Sejarah Artikel:
Diterima 07 Agustus
2021
Disetujui 28 Agustus
2021
Dipublikasikan 10
September 2021

Kata Kunci:
Organisasi
Pembelajaran,
Keunggulan
Kompetitif,
PT. POS Indonesia
Regional X
Makassar

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh secara simultan dan parsial antara *learning organization* terhadap keunggulan kompetitif pada Kantor POS Indonesia Regional X Makassar. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan statistik deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner ke 59 responden. Setelahnya, data dianalisis dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian ditemukan bahwa secara simultan seluruh variabel X (*Learning Organization*) berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Variabel-variabel independent memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel keunggulan kompetitif (Y). Sedangkan secara parsial Variabel *Create Continuous Learning Opportunities (X1)*; *Promote Inquiry and Dialogue (X2)*; *Encourage Collaboration and Team Learning (X3)*; *Establish System to CaPT.ure and Share Learning (X4)*; *Empower people Toward a Collective Vision (X5)*; *Connect the organization to its Community and Environment (X6)*; *Provide strategic Leadership for learning (X7)*, berpengaruh secara positif terhadap variabel keunggulan kompetitif.

THE EFFECT OF LEARNING ORGANIZATION ON COMPETITIVE ADVANTAGE AT THE INDONESIAN POST OFFICE REGIONAL X MAKASSAR

Keywords:
*Learning
Organization;
Competitive
advantage ;
PT. POS
Indonesia
Regional X
Makassar*

Abstract

This study aims to analyze a learning organization's simultaneous and partial effect on the competitive advantage at the POS Indonesia Regional X Makassar Office. The research approach used is a qualitative method with descriptive statistics. Data was collected by distributing questionnaires to 59 respondents. After that, the data were analyzed by multiple linear regression. The study results found that simultaneously all variables X (Learning Organization) affected competitive advantage. The independent variables largely influence the competitive advantage variable (Y). While partially the Create Continuous Learning Opportunities (X1) variable; Promote Inquiry and Dialogue (X2); Encourage Collaboration and Team Learning (X3); Establish System to CaPT.ure and Share Learning (X4); Empower people Toward a Collective Vision (X5); Connect the organization to its Community and Environment (X6); Provide strategic leadership for learning (X7), has a positive effect on the competitive advantage variable.

✉ Alamat korespondensi: riaanggriani72@gmail.com

PENDAHULUAN

Di era bisnis yang dinamis ini, organisasi perlu berubah, belajar, dan menerapkan perubahan itu untuk mencapai kesuksesan, tanpa mempelajari, organisasi dan individu mengulangi praktik lama dan ketika tidak ada perubahan dalam proses atau tindakan, kesuksesan itu hanya kebetulan atau berumur pendek. Konsep *learning organization* merupakan hal yang penting selama beberapa tahun terakhir sebagai sumber daya yang kompetitif. *Learning Organization* (LO) adalah organisasi yang terus menerus belajar untuk mencapai hasil dan daya saing yang diinginkan. LO memfasilitasi pembelajaran semua anggotanya dan tujuan ini adalah untuk terus mentransformasikannya, sejalan dengan kebutuhan lingkungan (Farrukh, 2015).

Status ekonomi yang terus berkembang merupakan peristiwa yang tak terhindarkan yang dihadapi setiap entitas bisnis saat ini. Dalam keadaan tertentu, organisasi hanya mampu memperlambat atau mengurangi tingkat dampak perubahan drastis. Oleh karena itu, organisasi dengan kemampuan transformasi diri atas perubahan harus memiliki peluang yang lebih baik untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan bisnis atau untuk menghasilkan peluang bisnis baru untuk entitasnya sendiri, seperti yang digambarkan dengan jelas dalam krisis ekonomi terbaru (Saengthong, 2011 dan Lertpachin et al., 2013).

Learning Organization membantu untuk mencapai keunggulan kompetitif (Cook & Yanow, 2011). Dalam lingkungan bisnis yang dinamis ini semua industri dan organisasi mengalami perubahan dan perubahan ini baik didorong oleh pesaing, pemasok pelanggan atau teknologi dan untuk tetap berada dalam industri, organisasi dituntut untuk terus belajar mengatasi perubahan tersebut. Kemampuan untuk belajar lebih cepat dibandingkan dengan pesaing merupakan keunggulan kompetitif. LO adalah organisasi yang membantu pembelajaran individu-individunya dan terus-menerus mengubah dirinya sendiri. LO memungkinkan organisasi untuk tetap atau mencapai keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis. Sejumlah penelitian telah dilakukan pada organisasi pembelajaran.

Peneliti yang berbeda telah menggambarkan model dan karakteristik yang berbeda dari organisasi pembelajaran atas nama organisasi yang dikenal sebagai organisasi pembelajaran seperti peneliti yang mendefinisikan lima prinsip model organisasi pembelajaran (Senge, 2014). Menurut peneliti lain yang menggambarkan perbedaan karakteristik LO (Marquardt, 1996). Menurut peneliti yang juga menawarkan model LO terdiri dari sebelas karakteristik (Pedlar et al., 1991). Selain itu, peneliti yang berbeda mengusulkan model yang berbeda dari LO seperti (Huber, 1991; Kerka, 1995; Phillips, 2003; Slater & Narver, 1995) dan banyak peneliti lain telah melakukan penelitian LO dalam periode waktu yang berbeda.

Tidak banyak ditemukan penelitian yang membahas tentang pengaruh *Learning Organization* terhadap keunggulan kompetitif. Dari penelusuran penelitian terdahulu ditemukan 3 penelitian, dan semuanya menemukan bahwa LO berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan kompetitif sebagaimana yang diteliti oleh Bratic, 2011; Hapsari, 2014; dan Yunike & Hatane, 2016.

Beberapa penelitian terdahulu rata-rata menguji hipotesis dengan pendekatan teori dari Senge. Meski hasil penelitiannya tidak seragam dalam melihat pengaruh, tetapi rata-rata peneliti menemukan hasil bahwa *learning organization* berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif.

Penelitian ini memilih lokus pada kantor POS Indonesia Regional X Makassar. PT. Pos Indonesia merupakan perusahaan milik negara yang telah hadir sejak zaman pra kemerdekaan sejak tahun 1746. Era silih berganting dengan pelbagai tantangan zaman telah dilalui, hingga pada tahun 2021 ini perusahaan milik negara ini masih dapat eksis di tengah era disrupsi teknologi.

PT. Pos Indonesia bergerak pada layanan jasa pos dan kurir, juga jasa keuangan, ritel, bahkan usaha properti. Tetapi di era disrupsi teknologi zaman sekarang, telah berkembang layanan jasa pos dan kurir swasta yang lebih modern. Bahkan dalam beberapa layanan jasa serupa dapat dikatakan lebih maju dibanding PT. POS Indonesia yang sudah menguasai Indonesia sejak dahulu. Pelbagai tantangan yang mesti dibenahi diantaranya, yaitu perlu untuk meningkatkan produktivitas kerja; kualitas pelayanan dan SDM; pembenahan sarana dan prasarana; serta menjadi organisasi pembelajar (Hidayati, 2010 dan Alpi & Nasution, 2019).

Sebagai langkah untuk tetap mempertahankan eksistensi dan kualitas layanannya, PT. POS Indonesia terkhusus POS Regional X Makassar berusaha untuk menjadi organisasi pembelajar yang baik. Di sisi lain juga, badai pandemic Covid-19 yang menyerang seluruh penjuru dunia menjadi tantangan tersendiri bagi PT. POS

Indonesia yang dituntut untuk dapat berada PT.asi dalam New Normal Covid-19 ini yang telah berubah drastis.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis deskriptif statistik. Populasi pada Kantor POS Indonesia Regional X Makassar adalah 59 orang, sehingga dengan teknik sampling jenuh (Arikunto, 2010) maka sampelnya adalah keseluruhan populasi. Teknis pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skor penilaian skala likers 1-5. Untuk menilai analisis deskriptif kuantitatifnya dilakukan dengan TCP, selanjutnya untuk melihat pengaruh, data dianalisis dengan regresi linier berganda menggunakan bantuan aplikasi SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis *learning organization* dengan indikator *Continuous learning; Inquiry and dialogue; Team learning; Embedded system; Empowerment; System connection; Strategic leadership*, dan keunggulan kompetitif. Data primer penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada 59 responden sebagai sampel penelitian.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu Laki-laki sebanyak 40 responden dan Perempuan sebanyak 19 responden.

Tabel. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Laki-laki	40	67.8	67.8
	Perempuan	19	32.2	32.2
	Total	59	100.0	100.0

Sumber: Hasil olah data SPSS 25 (data diolah oleh penulis, 2021)

Penyebab jumlah pegawai laki-laki lebih mendominasi, yaitu karena pekerjaan pada PT. Pos Indonesia Regional X Makassar khususnya Bidang Surat, Paket, E-Commerce, dan Logistik adalah pekerjaan yang lebih banyak terjun ke lapangan yang melibatkan SDM laki-laki. Selanjutnya, sebagian besar pegawai pada PT. Pos Indonesia Regional X Makassar merupakan lulusan S1 (Sarjana) dengan tingkat persentase yang cukup tinggi yaitu 44.1 persen, atau sebanyak 26 orang dari total 59 pegawai. Ini berdasarkan data berikut:

Tabel. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	SMA/Sederajat	16	27.1	27.1
	D3	7	11.9	11.9
	S1	26	44.1	44.1
	S2	10	16.9	16.9
	Total	59	100.0	100.0

Sumber: Hasil olah data SPSS 25 (data diolah oleh penulis, 2021)

Mayoritas lulusan SMA/Sederajat ditugaskan pada bagian Bidang Surat, Paket, E-Commerce, dan Logistik. Sedangkan lulusan D3, S1 dan S2 ditempatkan sesuai keahliannya, diantaranya pada bidang umum, Regional Office, juga sebagai tenaga ahli untuk bidang IT, hukum dan lainnya.

Karakteristik responden berdasarkan usia antara 16-20 tahun; 21-25 tahun; 26-30 tahun; 31-35 tahun; 36-40 tahun; 45-50 tahun; dan 50> tahun. Hasilnya diperoleh sebagai berikut:

Tabel. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	16-20	.	.	.
	21-25	1	1.7	1.7
	26-30	15	25.4	25.4
	31-35	15	25.4	25.4
	36-40	16	27.1	27.1
	45-50	8	13.6	13.6
	50>	4	6.8	6.8
	Total	59	100.0	100.0

Sumber: Hasil olah data SPSS 25 (data diolah oleh penulis, 2021)

Jika menganalisis data tersebut, usia 26-40 tahun adalah kelompok usia responden yang mendominasi di PT. Pos Indonesia Regional X Makassar. Hal ini dapat menguntungkan perusahaan karena menurut Usia bagi tenaga kerja berada diantara 20 hingga 40 tahun, usia ini dianggap sangat produktif bagi tenaga kerja, sedangkan jika usia masih dibawah 20 tahun rata-rata individu masih belum memiliki kematangan *skill* yang cukup selain itu juga masih dalam proses pendidikan Begitu juga pada usia diatas 40 tahun mulai terjadi penurunan kemampuan fisik bagi individu (Priyono dan Yasin, 2016).

Mayoritas responden telah bekerja pada PT. Pos Indonesia selama 11-15 tahun, yaitu terdapat 20 orang/responden atau 33.9 persen. Keragaman responden berdasarkan lama bekerja dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	6-10 tahun	16	27.1	27.1
	11-15 tahun	20	33.9	33.9
	16-20 tahun	7	11.9	11.9
	21-25 tahun	10	16.9	16.9
	26> tahun	6	10.2	10.2
	Total	59	100.0	100.0

Sumber: Hasil olah data SPSS 25 (data diolah oleh penulis, 2021)

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini kuesioner digunakan sebagai skala pengukuran variabel penelitian. Untuk memenuhi persyaratan sebagai kuesioner yang valid dan layak digunakan serta data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan, selanjutnya peneliti melakukan dua jenis pengujian yaitu uji validasi dan uji realibilitas. Hasil pengujian menemukan bahwa keseluruhan instrument pada variabel *learning organization* dinyatakan valid karena $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan Signifikansi Pearson < 0.05 . Sedangkan hasil uji realibilitas menunjukkan Nilai *Cronbach Alpha* dari hasil uji reliabilitas rata-rata (lebih besar) $>$ dari nilai *Standar Reliabilitas* (0,60). Sebagai kesimpulan, setiap pertanyaan di kuesioner pada setiap variabel dapat dikatakan reliabel atau telah diuji kehandalannya, sehingga kuesioner tersebut layak digunakan sebagai alat ukur penelitian ini. Meskipun jika pengukuran ini digunakan berulang-ulang terhadap subjek dan kondisi yang sama maka akan tetap menghasilkan hasil yang relatif konsisten.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 25. Berikut sajian datanya:

Tabel. 5
Persamaan Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	-51.264	9.319	
Create Continous Learning Opportunities	1.025	.366	.242
Promote Inquiry and Dialogue	.933	.282	.193
Encourage Collaboration and Team Learning	1.204	.277	.245
Establish System to CaPT.ure and Share Learning	2.052	.516	.327
Empower people Toward a Collective Vision	.703	.263	.151
Connect the organization to its Community and Enviroment	.828	.407	.153
Provide strategic Leardership for learning	1.017	.388	.187

a. Dependent Variable: Keunggulan Kompetitif

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

$$Y = -51.264 + 1.025 X_1 + 0.933 X_2 + 1.204 X_3 + 2.052 X_4 + 0.703 X_5 + 0.828 X_6 + 1.017 X_7 + e$$

Keterangan:

Y' = Keunggulan Kompetitif (Y)

a = konstanta

b₁, b₂ = koefisien regresi

X₁ = *Create Continous Learning Opportunities*

X₂ = *Promote Inquiry and dialogue*

X₃ = *Encourage Collaboration and Team learning*

X₄ = *Establish System to CaPT.ure and Share Learning*

X₅ = *Empower people Toward a Collective Vision*

X₆ = *Connect the organization to its Community and Enviroment*

X₇ = *Provide strategic Leardership for learning*

Berdasarkan persamaan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Konstanta (a)

Dari persamaan persepsi, nilai konstanta (a) adalah -51.264 (negatif), maka dapat diinterpretasikan bahwa jika semua variabel independent (X) atau variabel *learning organization* bernilai 0, maka keunggulan kompetitif (variabel Y) bernilai negatif. Nilai konstantas negatif artinya terjadi penurunan keunggulan kompetitif sebesar -51.264, kondisi ini timbul akibat dari sifat organisasi atau dalam hal ini PT. Pos Indonesia Regional X Makassar sangat resisten terhadap dinamika dan perubahan zaman. Sehingga, jika organisasi tidak konsisten dalam menerapkan *learning organization* maka ada kecenderungan organisasi tersebut semakin lemah dalam menaikkan keunggulan kompetitifnya. Hasil persamaan persepsi ini semakin menunjukkan jika *learning organization* sebenarnya memiliki korelasi dengan keunggulan kompetitifnya.

2. *Create Continous Learning Opportunities* (X1) : 1.025

Nilai koefisien regresi *Create Continous Learning Opportunities* (X1) sebesar 1.025. Jika nilai koefisien regresi pada variabel (X1) bertambah 1 satuan, dan independent lainnya memiliki nilai koefisien tetap, maka variabel keunggulan kompetitif (Y) juga akan bertambah sebesar 1.025. Artinya, semakin baik *Create Continous Learning Opportunities* (X1), maka keunggulan kompetitif (Y) juga akan tinggi.

Nilai koefisien yang positif menunjukkan variabel *Create Continous Learning Opportunities* (X1) memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif (Y). Hal ini dapat terjadi jika PT. Pos Indonesia Regional X Makassar dapat menjadi perusahaan yang memperhatikan pengembangan pembelajaran yang berkesinambungan melalui perencanaan yang lebih efektif untuk pembelajaran informal, bagaimana caranya belajar, dan *just-in-time learning*.

3. *Promote Inquiry and Dialogue* (X2): 0.933

Nilai koefisien X3 berubah 1 persen, maka keunggulan kompetitif akan mengalami perubahan sebesar 0.933 persen, asumsi variabel independen (X) yang lain tetap. Nilai koefisien menunjukkan angka positif berarti variabel *Promote Inquiry and Dialogue* ini memiliki pengaruh terhadap variabel keunggulan kompetitif. Begitu juga jika variabel *Promote Inquiry and Dialogue* meningkat 1 persen, maka variabel keunggulan kompetitif juga akan meningkat sebesar 0.933 persen. Agar PT. Pos Indonesia Regional X Makassar dapat meningkatkan keunggulan kompetitif, maka perlu untuk merawat penerapan *learning organization* melalui dialog yang efektif karena hal ini dapat membuka

pikiran dan komunikasi juga sekaligus perlu mempertanyakan-pertanyaan yang melibatkan berbagai asumsi.

4. *Encourage Collaboration and Team Learning (X3): 1.204*

Jika nilai koefisien X3 berubah 1 persen, maka keunggulan kompetitif akan mengalami perubahan sebesar 1.204 persen, asumsi variabel independen (X) yang lain tetap. Nilai koefisien positif maka variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel keunggulan kompetitif. Jika variabel *Encourage Collaboration and Team Learning (X3)* meningkat 1 persen, maka variabel keunggulan kompetitif juga akan meningkat sebesar 1.204 persen. Untuk dapat lebih meningkatkan nilai koefisien maka perusahaan harus tetap menjadi organisasi pembelajar, karena melalui kelompok, orang akan belajar bagaimana bekerja secara kolaborasi, memperluas kapasitas organisasi untuk menerima tindakan terpadu terhadap tujuan umum.

5. *Establish System to CaPT.ure and Share Learning (X4): 2.052*

Nilai koefisien X3 berubah 1 persen, maka keunggulan kompetitif akan mengalami perubahan sebesar 2.052 persen, asumsi variabel independen (X) yang lain tetap. Nilai koefisien positif maka variabel ini memiliki pengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Jika variabel *Establish System to CaPT.ure and Share Learning (X4)* meningkat 1 persen, maka variabel Y keunggulan kompetitif juga akan meningkat sebesar 2.052 persen.

6. *Empower people Toward a Collective Vision (X5): 0.703*

Nilai koefisien X3 berubah 1 persen, maka keunggulan kompetitif akan mengalami perubahan sebesar 0.703 persen, asumsi variabel independen (X) yang lain tetap. Nilai koefisien positif maka variabel ini memiliki pengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Jika variabel *Empower people Toward a Collective Vision (X5)*: meningkat 1 persen, maka variabel keunggulan kompetitif juga akan meningkat sebesar 0.703 persen.

7. *Connect the organization to its Community and Enviroment (X6): 0.828*

Nilai koefisien X3 berubah 1 persen, maka variabel keunggulan kompetitif akan mengalami perubahan sebesar 0.828 persen, asumsi variabel independen (X) yang lain tetap. Nilai koefisien positif maka variabel ini memiliki pengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Jika variabel *Connect the organization to its Community and Enviroment (X6)* meningkat 1 persen, maka variabel keunggulan kompetitif juga akan meningkat sebesar 0.828 persen. Ini terjadi berkat usaha perusahaan dalam menghubungkan perusahaan dengan

lingkungan internal menjadi lebih responsi terhadap anggota organisasi dan kebutuhan kehidupan kerja mereka.

8. *Provide strategic Leadership for learning (X7): 1.017*

Nilai koefisien X3 berubah 1 persen, maka variabel keunggulan kompetitif akan mengalami perubahan sebesar 1.017 persen, asumsi variabel independen (X) yang lain tetap. Nilai koefisien positif maka variabel ini memiliki pengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Jika variabel *Provide strategic Leadership for learning (X7)* meningkat 1 persen, maka keunggulan kompetitif juga akan meningkat sebesar 1.017 persen. Hal ini dapat terjadi jika perusahaan menerapkan model kepemimpinan, pemenang, dan mendukung pembelajaran dimana kepemimpinan menggunakan strategi pembelajaran untuk hasil bisnis.

Learning Organization Secara Simultan Berpengaruh terhadap Keunggulan Kompetitif pada Kantor POS Indonesia Regional X Makassar

Learning organization didefinisikan oleh Marquardt (2002), sebagai suatu organisasi yang memberi kemudahan seluruh anggotanya untuk belajar dan mengubah bentuk organisasi secara terus-menerus guna memperoleh prestasi dan daya saing yang unggul. Menurut Hana dalam lingkungan yang sangat kompetitif saat ini, tujuan setiap organisasi adalah mengalahkan persaingan dan memenangkan pelanggan baru. Individu yang merupakan pemegang pengetahuan untuk menghasilkan inovasi bagi perusahaan. Berkat kreativitas pribadi, pengetahuan, keterampilan dan kemampuan mereka, dimungkinkan untuk menghasilkan gagasan inovatif baru yang akan membantu perusahaan mencapai keunggulan kompetitif.

Jika mengamati dan menganalisis kedua pendapat tersebut, sekilas tergambar bahwa antara *learning organization* dan keunggulan kompetitif memiliki korelasi dan pengaruh satu sama lain. Untuk mendukung hipotesis ini maka penulis melakukan penelitian lebih lanjut.

Pada variabel *Learning organization* digunakan indikator-indikator seperti: *Create Continous Learning Opportunities; Promote Inquiry and Dialogue; Encourage Collaboration and Team Learning; stablish System to Capture and Share Learning; Empower people Toward a Collective Vision; Connect the organization to its Community and Enviroment; Provide strategic Leadership for learning*. Indikator ini kemudian masing-masing dijadikan sebagai variabel independent dalam penelitian ini, tujuannya agar dapat memperoleh hasil yang lebih jelas dan terperinci.

Sedangkan pada variabel keunggulan kompetitif menggunakan indikator-indikator seperti: Keunggulan Produk/Jasa; Keunggulan Kualitas Pelayanan;

Keunggulan Personalia (Sumber Daya Manusia); Keunggulan Citra; dan Keunggulan Saluran Distribusi. Selanjutnya pengujian dilakukan dengan analisis regresi linier berganda.

Tabel. 6
Analisis Regresi Linier Berganda Anova^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1088.680	7	155.526	43.461	.000 ^b
	Residual	182.506	51	3.579		
	Total	1271.186	58			

a. Dependent Variable: Keunggulan Kompetitif

b. Predictors: (Constant), Provide strategic Leadership for learning; Encourage Collaboration and Team Learning; Promote Inquiry and Dialogue; Empower people Toward a Collective Vision; Connect the organization to its Community and Environment; Create Continuous Learning Opportunities

Hasil penelitian dengan berbagai pengujian ditemukan bahwa "*Learning organization* secara simultan berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif pada Kantor POS Indonesia Regional X Makassar". Hal yang mendukung secara statistik dapat dilihat dari hasil uji F, dimana nilai $F_{hitung} 43.461 > 2.20 F_{tabel}$, nilai yang positif dengan taraf nilai signifikannya .000^b.

Artinya, secara simultan *learning organization* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif pada PT. Pos Indonesia Regional X Makassar. Simultan yang dimaksud yaitu seluruh variabel independent seperti *Create Continuous Learning Opportunities; Promote Inquiry and Dialogue; Encourage Collaboration and Team Learning; stablish System to CaPT.ure and Share Learning; Empower people Toward a Collective Vision; Connect the organization to its Community and Enviroment; dan Provide strategic Leardership for learning* memberi sumbangsi pengaruh terhadap keunggulan kompetitif.

Hasil penelitian ini juga selaras dengan hasil penelitian yang ditemukan oleh Andrew Pranata dan Josua Tarigan (2015) Hanna Yunike; Saarce Elsy Hatane (2016) yang menemukan hasil *learning organization* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Seperti yang diungkapkan oleh Hapsari & Armanu (2014) bahwa organisasi perlu memiliki keunggulan bersaing dan manajemen *learning organization* yang berorientasi masa depan, karena kapasitas pembelajaran, pengembangan diri organisasi dan SDM menjadi kunci kualitas *learning organization*.

Di saat ini, khususnya di masa-masa pandemi covid-19 PT. Pos Indonesia Regional X Makassar perlu untuk menjaga kestabilan berpikir dan bertindak agar dapat

tetap *survive* berkompetitif. Perusahaan haruslah menciPT.akan peluang belajar berkelanjutan; mempromosikan penyelidikan dan dialog; mendorong kolaborasi dan pembelajaran tim; membangun sistem untuk menangkap dan berbagi pembelajaran; memberdayakan orang menuju visi kolektif; menggabungkan organisasi dengan komunitas dan lingkungannya; dan memberikan kepemimpinan strategis untuk pembelajaran. Jika kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan kekuatan internalnya untuk merespon peluang lingkungan eksternal sambil menghindari ancaman eksternal dan kelemahan internal, inilah yang disebut keunggulan kompetitif (Mooney, 2017).

Pengaruh *Learning Organization* Secara Parsial terhadap Keunggulan Kompetitif pada Kantor POS Indonesia Regional X Makassar

Pada pembahasan pertama telah dideskripsikan bahwa secara simultan *learning organization* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif berdasarkan hasil uji F. Sedangkan untuk melihat pengaruh secara parsial atau pengaruh setiap variabel independent atau variabel *learning organization* terhadap variabel keunggulan kompetitif, di dapat dilihat dari hasil uji T.

Hasilnya menunjukkan secara parsial variabel independent seperti *Create Continous Learning Opportunities (X1)*; *Promote Inquiry and Dialogue (X2)*; *Encourage Collaboration and Team Learning (X3)*; *Establish System to CaPT.ure and Share Learning (X4)*; *Empower people Toward a Collective Vision (X5)*; *Connect the organization to its Community and Enviroment (X6)*; *Provide strategic Leardership for learning (X7)* berpengaruh secara positif terhadap variabel keunggulan kompetitif, tetapi terdapat dua variabel yang sekedar berpengaruh positif dan tidak signifikan.

Dikatakan berpengaruh jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$, dan dikategorikan signifikan jika nilai signifikansi (sig) $< 0,05$. Berikut hasil analisis variabel yang berpangaruh secara parsial dengan nilai positif dan signifikan.

Tabel. 7
Pengaruh Variabel secara Parsial

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error				Beta	Tolerance
1 (Constant)	-51.264	9.319		-5.501	.000		

Create Continous Learning Opportunities	1.025	.366	.242	2.803	.007	.378	2.642
Promote Inquiry and Dialogue	.933	.282	.193	3.308	.002	.825	1.212
Encourage Collaboration and Team Learning	1.204	.277	.245	4.355	.000	.891	1.122
Establish System to CaPT.ure and Share Learning	2.052	.516	.327	3.976	.000	.416	2.404
Empower people Toward a Collective Vision	.703	.263	.151	2.669	.010	.879	1.138
Connect the organization to its Community and Enviroment	.828	.407	.153	2.033	.047	.500	2.000
Provide strategic Leardership for learning	1.017	.388	.187	2.620	.012	.550	1.817

a. Dependent Variable: Keunggulan Kompetitif

- a. Nilai T_{hitung} : variabel *Create Continous Learning Opportunities* (X1) nilai yaitu **2.803** > T_{tabel} **2.00758** dengan nilai signifikansi (sig) **.007** < 0,05.
- b. Nilai T_{hitung} : *Promote Inquiry and Dialogue* (X2) nilai yaitu **3.308** > T_{tabel} **2.00758** dengan nilai signifikansi (sig) **.002** < 0,05.
- c. Nilai T_{hitung} : *Encourage Collaboration and Team Learning* (X3) nilai yaitu **4.355** > T_{tabel} **2.00758** dengan nilai signifikansi (sig) **.000** < 0,05.
- d. Nilai T_{hitung} : *Establish System to CaPT.ure and Share Learning* (X4) nilai yaitu **3.976** > T_{tabel} **2.00758** dengan nilai signifikansi (sig) **.000** < 0,05
- e. Nilai T_{hitung} : *Connect the organization to its Community and Enviroment* (X6) nilai yaitu **2.033** > T_{tabel} **2.00758** dengan nilai signifikansi (sig) **.047** > 0,05.

Sedangkan yang berpengaruh secara parsial dengan nilai positif dan tetapi tidak signifikan yaitu:

- a. nilai T_{hitung} : *Empower people Toward a Collective Vision* (X5) nilai yaitu **2.669** > T_{tabel} **2.00758** dengan nilai signifikansi (sig) **.010** > 0,05.
- b. nilai T_{hitung} : *Provide strategic Leardership for learning* (X7) nilai yaitu **2.620** > T_{tabel} **2.00758** dengan nilai signifikansi (sig) **.012** > 0,05.

Meskipun terdapat variabel yang tidak berpengaruh signifikan tetapi dapat simpulkan tujuh variabel independent ini memiliki pengaruh dengan nilai positif terhadap keunggulan kompetitif pada kantor PT. Pos Indonesia Regional X Makassar.

Menurut Rumijati (2020:230) dalam hasil penelitiannya melihat jika semakin baik penerapan *learning organization* akan meningkatkan kinerja karyawan. Selain itu Kristine (2017:400) juga menambahkan bahwa motivasi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Indikator motivasi dalam *learning organization* dibutuhkan agar karyawan dalam lebih bersemangat meningkatkan kinerjanya. Sehingga ketika semangat karyawan meningkat maka dapat meningkatkan keunggulan perusahaan.

Penjelasan ini diperkuat oleh Porter (1996) bahwa keunggulan kompetitif adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama. Sumber daya yang dimaksud adalah kinerja karyawan. Olehnya itu, baik secara statistik maupun teori telah membenarkan penelitian ini jika *learning organization* secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif pada PT. Pos Indonesia Regional X Makassar.

PENUTUP

Hasil penelitian ditemukan bahwa secara simultan seluruh *Learning Organization* berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Variabel-variabel independent memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel keunggulan kompetitif (Y). Sedangkan secara parsial Variabel *Create Continous Learning Opportunities* (X1); *Promote Inquiry and Dialogue* (X2); *Encourage Collaboration and Team Learning* (X3); *Establish System to Capture and Share Learning* (X4); *Empower people Toward a Collective Vision* (X5); *Connect the organization to its Community and Enviroment* (X6); *Provide strategic Leardership for learning* (X7), berpengaruh secara positif terhadap variabel keunggulan kompetitif. Meski secara keseluruhan memberi pengaruh, tetapi untuk variabel *Empower people Toward a Collective Vision* (X5) dan *Provide strategic Leardership for learning* (X7) tidak memiliki pengaruh yang cukup signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alpi, M. F., & Nasution, I. R. (2019). Analisis Determinan Return on Assets Pada PT. Pos Indonesia (Persero). In Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI) (Vol. 2, No. 1).
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bratić, D. (2011). Achieving a competitive advantage by SCM. *izlazi u samo elektroničkom izdanju: NE*, (11), 1-19.
- Cook, S. N., & Yanow, D. (2011). Culture and organizational learning. *Journal of Management Inquiry*, 20(4), 362-379.

- Farrukh, M., & Waheed, A. (2015). Learning organization and competitive advantage-An integrated approach. *Journal of Asian Business Strategy*, 5(4),73.
- Hapsari, G.R.E. dan Armanu, D.H. (2014). Pengaruh Pembelajaran Organisasional, Orientasi Pasar dan Inovasi Organisasi terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Malang Raya. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 12(1),124-134.
- Hidayati, E. (2010). Analisis kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada PT. pos indonesia (persero) kantor pos lawang). *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 81-90.
- Huber, G. P. (1991). Organizational learning: The contributing processes and the literatures. *Organization Science*, 2(1), 88-115.
- Kerka, S. (1995). *The learning organization*. Columbus, OH: ERIC clearinghouse on adult, career, and vocational education, center on education and training for employment, college of education, the Ohio State University.
- Lertpachin, C., Wingwon, B., & Noithonglek, T. (2013). The effect of marketing focus, innovation and learning organization on the building of competitive advantages: empirical evidence from ISO 9000 certified companies. *Journal of Strategic Marketing*, 21(4), 323-331.
- Marquardt, M. J. (2002). *Building the learning organization : mastering the 5 elements for corporate learning (2nd ed.)*. Palo Alto, CA: Davies-Black Pub.
- Porter, M. E. (1996). Competitive advantage, agglomeration economies, and regional policy. *International regional science review*, 19(1-2), 85-90.
- Phillips, B. T. (2003). A four-level learning organization benchmark implementation model. *The Learning Organization*, 10(2), 98-105.
- Yasin, M., & Priyono, J. (2016). Analisis faktor usia, gaji dan beban tanggungan terhadap produksi home industri sepatu di sidoarjo (studi kasus di kecamatan krian). *JEB17: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(01).
- Saengthong, N. (2011). *Let understand Competency*. Bangkok: H.R. Center.
- Senge, P. M. (2014). *The fifth discipline fieldbook: Strategies and tools for building a learning organization*. Currency.
- Slater, S., & Narver, J. (1995). Market orientation and the learning organization. *Journal of Marketing*, 59(3), 63-74.
- Yunike, H. dan Hatane,S.E. (2016). Analisa Hubungan Learning Organization Terhadap Competitive Advantage Dalam Meningkatkan Financial Performance Pada Sektor Perhotelan Di Jawa Timur. *Business Accounting Review*, 4(1). 265-276.