



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Strategi Bersaing PT. Pos Logistik Indonesia

Skripsi

Oleh

Rointan Riri Artha

2016320102

Bandung

2020



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Strategi Bersaing PT. Pos Logistik Indonesia

Skripsi

Oleh

Rointan Riri Artha

2016320102

Pembimbing

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., M.M., M.Phil

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Rointan Riei Artha
Nomor Pokok : 2016320102
Judul : Analisis Strategi Bersaing PT. Po Indonesia

Menyetujui untuk diajukan pada
Ujian Sadang jenjang Sarjana
Bandung, 13 Juli 2020

Pembimbing,

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., M.M., M.Phil

Mengetahui,
Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

14 Juli 2020

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Rointan Riri Artha
NPM : 2016320102
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Strategi PT. Pos Indonesia

Pernyataan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apa pun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 13 Juli 2020

 Rointan Riri Artha

ABSTRAK

Nama : Rointan Riri Artha
NPM : 2016320102
Judul : Analisis Strategi Bersaing PT. Pos Logistik Indonesia

Perkembangan teknologi yang canggih saat ini, membuat banyak perusahaan yang menawarkan berbagai produk baru atau pelayanan jasa . Banyaknya perusahaan yang berdiri saat ini tentu , akan meperketat persaingan yang ada. Ketatnya persaingan yang ada membuat perusahaan berusaha untuk memenangkan persaingan dengan strategi yang bermacam-macam. Salah satu penyedia pelayanan produk dan jasa kurir yang sudah lama eksis adalah PT. Pos Indonesia.

Tujuannya diadakan penelitian ini adalah membahas strategi apa yang sudah diterapkan oleh PT. Pos Indonesia dalam mempertahankan posisi didalam Jasa kurir, faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan, serta alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan berdasarkan faktor internal dan eksternal yang sudah dianalisis dalam rangka menghadapi pemain baru yang bermunculan di bidang Jasa kurir. Peneliti menggunakan Matriks TOWS, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) untuk mengolah data yang sudah didapatkan sebelumnya.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, saran strategi alternatif yang dapat dilakukan dan diterapkan oleh perusahaan adalah strategi pengembangan produk. Saran kepada perusahaan yaitu mengembangkan produk yang dimiliki dengan membuat keunikan dalam prangko yaitu mengikuti trend yang sedang berkembang dengan membuat gambar-gambar prangko yang berbeda dari sebelumnya.

Kata Kunci : Analisis Lingkungan Internal, Analisis Lingkungan Eksternal, Matriks TOWS, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks Internal – Eksternal (IE), Matriks QSPM

ABSTRACT

Nama : Rointan Riri Artha
NPM : 2016320102
Judul : Competitive Strategic Analysis of PT. Pos Logistic
Indonesia

The development of today's sophisticated technology, makes many companies offer a wide range of new products or services. The number of companies that stand at this time, will strictly strengthen the competition. The tight competition that exists makes the company strive to win the competition with various strategies. One of the providers of courier products and services that have long been existing is PT. Pos Indonesia.

The purpose of this research is to discuss what strategy has been implemented by PT. Pos Indonesia in maintains the position in courier services, The internal and external factors affecting the company, and alternative strategies that can be applied by the company based on analyzing internal and external factors facing new players popping up in the field of courier services. Researchers use matrix TOWS, IFE matrix, EFE matrix, IE matrix and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) to process the data already obtained beforehand.

Based on the results of the analysis conducted in this study, the recommendations of alternative strategies that can be undertaken and implemented by the company are product development strategies. Moreover, this study suggests that PT Pos Indonesia develops unique stamp products to follow the emerging trend by making pictures of stamps that differ from before.

Keywords: Internal Environmental Analysis, External Environmental Analysis, TOWS Matrix, IFE Matrix, EFE Matrix, Internal - External Matrix (IE), QSPM Matrix.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta kasih sayangNya yang senantiasa memberikan kesehatan, hikmah, dan ilmu kepada penulis sehingga penelitian serta penyusunan skripsi yang bertajuk “Analisis Strategi Bersaing PT. Pos Indonesia ” yang bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh Strata-1 (S1) Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan dapat berjalan dengan baik.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara moril dan materil, dukungan, bimbingan, arahan, saran serta doa selama masa perkuliahan sampai pada masa penyusunan skripsi hingga selesai. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua penulis, Papah dan (alm) Mamah tercinta yang senantiasa memberikan dukungan, bimbingan, arahan dan doa untuk penulis selama masa perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Tanpa *support* Papah dan doa Mamah, penulis tidak akan berada disini hingga saat ini. *I love you!*
2. Keluarga besar penulis yang juga memberikan dukungan baik secara moril, materil, semangat serta doa untuk penulis selama masa perkuliahan. Terutama Kakak Rina, Kakak Rita, Kakak Rona, Abang Ronnie, dan Abang Rolam, Bapak uda Padalarang, Nanguda, Abang Arton, yang

senantiasa menghibur, mendukung dan memberikan kekuatan kepada penulis sampai detik ini. *I love you all!*

3. Ibu Theresia Gunawan selaku dosen pembimbing skripsi penulis. Terimakasih atas segala ilmu, waktu, serta dukungan yang ibu berikan kepada penulis selama menyusun skripsi hingga dapat menyelesaikannya. Terimakasih untuk bimbingan, dukungan, saran, serta nasihat yang sangat bermanfaat yang ibu berikan demi kelancaran penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Yoke Pribadi selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang senantiasa bersedia memberikan penulis nasihat serta saran selama penulis menjalankan masa perkuliahan di UNPAR.
5. Pihak PT. Pos Indonesia yaitu Bapak Herry selaku Manager dan Ibu Nining selaku administrasi perusahaan, yang telah membantu penulis selama penyusunan skripsi. Terima kasih atas waktu, tenaga, ilmu, pengalaman serta informasi yang diberikan selama proses penelitian skripsi ini hingga selesai.
6. Terima kasih Kepada Odelia Cilita Theresia Siboro selaku Kakak dan Sahabat dari penulis yang telah memberikan bantuan berupa materil maupun moril. Terima kasih atas motivasi, dukungan, saran, serta hiburan yang kadang membuat emosi tapi berkesan sejak kecil hingga detik ini. *I love you!*
7. Terima Kasih kepada Caroline Pratiwi selaku Sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil, serta semangat

yang tiada hentinya kepada penulis selama masa perkuliahan. Terutama saat dalam proses penyusunan skripsi ini, yang selalu menghibur dan memberikan nasihat kepada penulis ketika dalam kondisi baik, kondisi buruk, serta memberikan dukungan sampai skripsi ini terselesaikan. *I love you cong!*

8. Terima Kasih kepada Elva Dori Priska selaku teman dekat penulis yang memberikan dukungan baik secara moril maupun materil dan selalu menemani penulis saat dalam kondisi baik dan dalam kondisi tidak baik serta memberikan dukungan dan saran yang tiada hentinya kepada penulis selama masa perkuliahan. Terutama dalam penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan. *I love you Dor!*
9. Terima Kasih kepada sahabat-sahabat penulis di UNPAR yaitu, Monica, Aliya, Irene, Tasya, dan Ayu yang telah memberikan dukungan, motivasi, hiburan yang kadang membuat emosi serta memberikan saran dan semangat kepada penulis selama masa perkuliahan hingga detik ini. Sukses selalu kalian semua, *I love you all!*
10. Terima Kasih Kepada DJ Velis selaku teman penulis di UNPAR yang telah memberikan motivasi, hiburan, dan menemani penulis ketika dalam kondisi baik, dan dalam kondisi buruk selama masa perkuliahan yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sukses terus sayang!
11. Terima Kasih kepada Miranda Deborah, dan Sellie Vanessa selaku teman penulis di UNPAR yang telah memberikan Motivasi, hiburan yang aneh,

Emosi yang tinggi dalam pertemanan, serta saran, dan nasihat yang berguna maupun tidak berguna kepada penulis selama masa perkuliahan dan dalam proses penyusunan skripsi.

12. Terima Kasih kepada teman-teman ARDITHO PRAMONO khususnya Teresa echa, Monique monjing yang sudah memberikan motivasi dan hiburan dengan keusilan yang terkadang membuat emosi selama perkuliahan hingga saat ini meskipun sudah lulus duluan. Terima kasih atas saran dan nasihat selama perkuliahan dan dalam proses penyusunan skripsi.
13. Terima Kasih kepada teman-teman kost C123 penulis yaitu Charin, Sou, dan Shintia yang telah memberikan semangat, saran, kritik , dan menghibur penulis selama masa perkuliahan dan dalam proses penyusunan skripsi.
14. Terima Kasih kepada teman baik penulis semasa SMP sampai detik ini yaitu Roro Kumowal, dan Ribka Anindita. Terima kasih telah memberikan motivasi, saran, kritik, dan menghibur penulis serta memberikan semangat kepada penulis sampai skripsi ini terselesaikan. *I love you both!*
15. Terima Kasih kepada teman-teman Hubungan International 2016 yaitu Atika, Vena, Lilis serta Epek. Terima Kasih atas motivasi, hiburan, dan kritik serta saran kepada penulis selama masa perkuliahan hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
16. Terimakasih Kepada Sayang Anak yaitu Eunice dpr live, Yoyoh encim, dan Davin kokoh yang telah memberikan penulis hiburan, motivasi, kritik, saran, dan semangat semasa perkuliahan hingga detik ini.

17. Terima Kasih kepada teman “ Hayu – hayu cicing” di UNPAR yaitu Sharon Cabrian, dan Cecilia Mutiara yang telah memberikan motivasi, hiburan , serta semangat meskipun kalian terlihat tidak semangat. Terima kasih atas pengalaman pertemanan yang berkesan selama masa perkuliahan hingga detik ini.
18. Terima kasih Kepada Onursyifa, Cinta, Merida, dan Yoana nana selaku teman penulis di UNPAR. Terima kasih telah memberikan hiburan, motivasi, dan saran serta kritik kepada penulis selama perkuliahan hingga detik ini.
19. Terima kasih Kepda Zhafarin selaku teman penulis selama perkuliahan , serta teman seperjuangan dalam proses penyusunan skripsi. Terima Kasih sudah melewati masa-masa Tegang, pusing,dan panik bersama. Terima Kasih telah memberikan bantuan dalam materil, moril, serta memberikan motivasi, saran, dan kritik hingga detik ini. *I love You!*
20. Terima kasih kepada Sahabat ciwik SMA penulis yaitu Rahel. Y , Eqin Manise , Lusiana, dan Arnesh. M yang telah menemani penulis dalam kondisi tidak baik dan dalam kondisi baik . Terima kasih atas motivasi, saran, dan perhatian serta energi yang diberikan kepada penulis hingga detik ini. *I love you all!*
21. Terima kasih kepada teman-teman Publik 2016 di UNPAR yaitu Chika, Rena, dan Anisa yang telah memberikan hiburan dan motivasi selama perkuliahan hingga dalam proses terselesaikannya skripsi ini.

22. Terima kasih kepada teman-teman angkatan 2016 di UNPAR yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu persatu.

23. Terima kasih kepada penyemngat penulis lainnya, yaitu Hwasa MAMAOO, AOMG, Bae Suzy, BTS, BIG BANG, dan drakor yang telah senantiasa memberikan energi dan semangat dalam proses pembuatan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik. Terima Kasih atas motivasi hingga detik ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan dikarenakan kurangnya pengalaman serta keterbatasan ilmu penulis baik dari segi penulisan, pembahasan serta bahasanya. Untuk itu, kritik serta saran dari berbagai pihak yang membaca penelitian ini akan sangat membantu penulis kedepannya. Akan tetapi, Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan ilmu pengetahuan baru bagi pembaca. Akhir kata, Penulis mengucapkan terima kasih sekali lagi dan semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa membalas kebaikan-kebaikan kepada pihak yang telah berjasa bagi penulis selama masa perkuliahan sampai skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Bandung, 4 Mei 2020

Penulis

DAFTAR ISI

Contents

ABSTRAK	I
ABSTRACT	II
KATA PENGANTAR	III
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	XIII
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2	8
TEORI PENDUKUNG	8
2.1 Strategi	8
2.1.1. Tingkatan Strategi (<i>Strategy Levels</i>)	9
2.1.2. Jenis-jenis Strategi	10
2.1.3. Strategi Generik (<i>Generic Strategy</i>)	16
2.2. Management strategi (<i>Management Strategy</i>)	18
2.3 Analisis Lingkungan Eksternal	20
2.3.1. Analisis Lingkungan Makro	21
2.3.2. Analisis Lingkungan Mikro (<i>Industri</i>)	23
2.4 Analisis Lingkungan Internal	26
2.4.1. Fungsi Bisnis	26
2.5 Analisis SWOT	32
2.6 Analisis QSPM	34
2.7 Penelitian Terdahulu	35
BAB 3	39
METODE PENELITIAN	39
3.1. Jenis Penelitian	39
3.2. Metode Penilitan	40
3.3. Teknik Pengambilan Data	41

3.3.1	Observasi	41
3.3.2	Wawancara	42
3.3.3	Dokumen.....	42
3.4.	Jenis Data.....	43
3.5.	Teknik Analisis Data	44
3.5.1.	Matriks TOWS	44
3.5.2.	Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	46
3.5.3.	Analisis QSPM.....	51
3.6	Objek Penelitian	53
3.7	Model Penelitian	53
BAB 4	55
OBJEK PENELITIAN	55
4.1.	Sejarah Perusahaan.....	55
4.2.	Visi dan Misi	56
4.2.1.	Visi PT. Pos Indonesia	56
4.2.2.	Misi PT. Pos Indonesia	56
4.3.	Profil PT. Pos Indonesia	57
4.4.	Pekerja di PT. Pos Indonesia	57
4.5.	Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia	57
4.6	Kegiatan PT. Pos Indonesia	58
4.6.	Pelayanan dan Harga	59
BAB 5	62
PEMBAHASAN	62
5.1.	Strategi PT. Pos Indonesia	62
5.2.	Analisis Lingkungan Internal	64
5.3.1.	Analisis Lingkungan Makro	76
5.3.2.	Analisis Lingkungan Industri	85
5.4	Hasil Analisis Lingkungan Eksternal-Internal (SWOT).....	91
5.5.	Perumusan Strategi	93
5.5.1	Analisis Matriks TOWS	93
5.5.2.	Analisis Matriks Internal (IFE)	97
5.5.3.	Analisis Matriks Eksternal (EFE).....	98
5.5.4.	Analisis Matriks IE.....	99
5.5.5.	Analisis QSPM.....	101

BAB 6	106
KESIMPULAN DAN SARAN	106
6.1. Kesimpulan	106
6.2. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Indonesia Brand Championship.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 5.1 Matriks Strategi Porter.....	61
Tabel 5.2. Analisis Competitive Profile Matrix PT. Pos Indonesia.....	82
Tabel 5.3 Matriks TOWS PT. Pos Indonesia.....	89
Tabel 5.4. Matriks IFE PT. Pos Indonesia.....	93
Tabel 5.5. Matriks EFE PT. Pos Indonesia	94
Tabel 5.6. Matriks OSPm PT. Pos Indonesia.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 PT. Pos Indonesia di Jalan Cilaki, Bandung	4
Gambar 2.1 Strategi Generik Porter.....	15
Gambar 3.1 Matriks TOWS.....	43
Gambar 3.2 Matriks CPM.....	44
Gambar 3.3 Matriks IFE.....	46
Gambar 3.4 Matriks EFE.....	47
Gambar 3.5 Matriks IE.....	49
Gambar 3.6 Matriks QSPM.....	51
Gambar 3.7 Tahapan Penelitian PT. Pos Indonesia.....	52
Gambar 4.1 Tampak Depan PT. Pos Indonesia.....	53
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia.....	56
Gambar 4.3 Fasilitas PT. Pos Indonesia.....	58
Gambar 5.1 Matriks Strategi Porter.....	61
Gambar 5.2 Fokus dari PT. Pos Indonesia.....	76
Gambar 5.3 Hasil presentasi kesenjangan dan prioritas 2019.....	79
Gambar 5.4 Pelayanan dalam bentuk aplikasi.....	84
Gambar 5.5 Matriks IE	95
Gambar 6.1 Jumlah Pengguna Facebook di Berbagai negara	106
Gambar 6.2 Jumlah Pengguna Instagram di Berbagai negara.....	107

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Pengiriman barang dalam bentuk jasa merupakan sebuah bentuk pelayanan kepada masyarakat yang memberikan kemudahan dalam proses pengiriman barang. Pada Zaman ini perkembangan dalam bidang produk dan jasa sangatlah pesat. Seiring dengan perkembangan tersebut, pengiriman dapat berupa dokumen, logistic maupun alat elektronik. Pengiriman tersebut dapat dilalui oleh jalur udara maupun laut. Oleh karena itu banyak Perusahaan yang bersaing dan berorientasi dalam hal melayani serta mendukung produk-produk jasa.

Masyarakat modern saat ini sudah sangat terpengaruh dengan adanya Kemajuan teknologi khususnya teknologi informasi yang sangat efektif dan efisien dalam mengakses informasi mengenai kehidupan mereka. Maka dari itu status pengiriman barang yang ada saat ini juga dapat dilacak dengan mudah. Dengan kemajuan tersebut maka tidak perlu khawatir unruk melakukan pengiriman barang yang dikirim melalui jasa pengiriman barang PT Pos Indonesia.

PT. Pos Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam pelayanan publik . Perusahaan tersebut adalah perusahaan yang dimiliki oleh Negara yang disebut juga sebagai BUMN, dan diberi subsidi langsung oleh Pemerintah , serta menjadi agen pemerintah dalam memberikan pelayanan social kepada pemerintah maupun masyarakat. Seiring dengan perkembangan yang pesat maka PT. Pos Indonesia mengalami persaingan yang pesat, yaitu munculnya

Perusahaan-perusahaan penyedia jasa barang seperti JNE, TIKI, dengan strateegi yang berbeda-beda.

Tabel 1.1 Indonesia Brand Championship. Kategori Courier Service di Indonesia

JASA KURIR		
BRAND	TBI 2019	
JNE	26.4%	TOP
J&T	20.3%	TOP
Tiki	12.6%	TOP
Pos Indonesia	5.4%	
DHL	3.8%	

Sumber : www.topbrand-award.com 2019

Salah satu index yang dapat dilihat dari table diatas adalah Pos Indoensia mendapatkan peringkat ke 4 yaitu dimana strategi bersaingnya dibawah JNE, J&T, dan TIKI. Penilaian tersebut berdasarkan hasil dari kualitas pelayanan serta penilaian masyarakat Indonesia. Dapat disimpulkan bahwa PT. Pos Indonesia mengalami penurunan dari tahun ke tahun dengan strategi bersaingnya, dapat dilihat sebagai berikut.

JASA KURIR

BRAND	TBI	
JNE	45.0%	TOP
J&T	13.9%	TOP
Tiki	13.6%	TOP
Pos Indonesia	11.6%	
DHL	3.5%	

(2018)

JASA KURIR

BRAND	TBI	
JNE	49.4%	TOP
Tiki	34.7%	TOP
Pos Indonesia	8.4%	
DHL	1.3%	

(2017)

Sumber : www.topbrznd-award.com

Dapat dilihat dari data index yang ada di tahun 2017 hingga tahun 2019, PT. Pos Indonesia mengalami penurunan. Hal tersebut dapat dilihat dari presentase yang ada, dimana pada tahun 2017 perusahaan mendapatkan peringkat 3 dengan presentase 8,4%. Dikarenakan banyaknya muncul persaingan dalam pelayanan jasa kurir, tahun 2018 Perusahaan mendapatkan peringkat ke 4 dengan hasil presentase yang lebih dari tahun sebelumnya. Akan tetapi pada tahun 2019 presentase dari perusahaan mengalami penurunan yang banyak yaitu 5,4%. Sehingga dapat dilihat bahwa perusahaan terus mengalami penurunan dalam peringkat maupun presentase.

Pada awalnya PT. Pos Indonesia berdiri di Batavia yang saat ini sudah berubah nama menjadi Jakarta. PT Pos sendiri sudah ada pada tanggal 26 Agustus 1746, dengan maksud dan tujuan menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama masyarakat yang berada diluar pulau Jawa, pendatang dari luar negeri ataupun sebaliknya. Dari situlah tugas dan fungsi PT. Pos Indonesia memberikan pelayanan kepada public. Dahulu PT. Pos Indonesia beberapa kali mengalami perubahan status, seperti Jawatan PT (Post, Telegraph dan Telephone). Setelah kepemimpinan

diambil alih dan diganti menjadi Kepala Jawatan, maka bentuk Pos Indonesia menjadi layanan public. Sudah 17 tahun lamanya PT. Pos Indonesia mendapatkan status sebagai Perum Pos dan Giro. Hingga Pada saatnya, status tersebut diganti pada bulan Juni tahun 1955 hingga saat ini. Dan status tersebut menjadikan PT. Pos Indonesia berbadan (Persero) .

Kondisi PT Pos Indonesia lambat laun mulai ditinggalkan. Banyaknya saingan adalah salah satu factor yang menyebabkan kondisi PT. Pos menjadi sepi. Meskipun demikian PT. Pos Indonesia tidak mengalami patah semangat dalam bersaing ditengah pesatnya perkembangan teknologi saat ini. Karena dapat dilihat bahwa PT. Pos Indonesia tetap setia melayani kebutuhan masyarakat, meskipun hanya segelintir orang memakai jasa pos dan hal tersebut biasanya untuk keperluan-keperluan berupa dokumen fisik.

Pos Indonesia saat ini fungsinya sudah berganti dengan menyesuaikan era teknologi dan karena banyak munculnya pesaing membuat pos menjadi lebih strategis dalam melakukan pengembangan dan memenuhi demand terait dengan pelayanan yang baik. Salah satu hal yang menarik yang dimiliki PT. Pos saat ini, masyarakat dapat mengaplikasikan prangko dengan fitur muka sendiri.



Gambar 1.1 PT. Pos Indonesia di Jalan Cilaki No.73, Bandung

Sumber: dokumentasi perusahaan (2020)

Perusahaan perlu mengimplementasikan sebuah kebijakan analisis strategi bersaing agar siap menghadapi lingkungan eksternal yang dapat berubah seiring dengan perkembangan teknologi. Apabila strategi bersaing tidak di implementasikan oleh PT. Pos Indonesia, maka akan tertinggal jauh oleh pesaing lainnya, dan akan kehilangan sebagian besar pelanggan yang telah menggunakan layanan Pos Indonesia itu sendiri.

Dipilihnya PT. Pos Indonesia menjadi objek penelitian, dikarenakan Pos Indonesia sudah berdiri sejak lama dan bertahan hingga saat ini. Meskipun banyaknya pesaing yang ada serta memiliki fungsi yang sama. Hingga saat ini Pos Indonesia tetap bertahan dan tetap melayani public. Dalam hasil presentasinya memang pos Indonesia bukan lagi yang pertama, tetapi Pos Indonesia masuk kedalam 3 peringkat dalam pelayanan public.

Atas dasar latar belakang ini, Peneliti tertarik untuk mengetahui lebih mendalam bagaimana strategi bersaing PT. Pos Indonesia yang berfungsi sebagai pelayanan public dan mempertahankan kepercayaan public dengan banyaknya persaingan yang ada. Karena itu, Penelitian ini akan membahas “ Analisis Strategi Bersaing PT. Pos Indonesia “

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar belakang yang sudah diuraikan, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Strategi apa yang selama ini sudah diterapkan oleh PT. Pos Indonesia sebagai *coureer service* di Indonesia?
2. Bagaimana Analisa lingkungan eksternal dan internal PT. Pos Indonesia ?
3. Strategi apa yang dapat direkomendasikan kepada PT. Pos Indonesia untuk menangani masalah yang sedang dihadapi PT. Pos Indonesia saat ini sekaligus meningkatkan daya saing?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari ini berdasarkan uraian diatas adalah :

1. Untuk mengetahui strategi apa yang selama ini sudah diterapkan oleh PT. Pos Indonesia sebagai Coureer Service di Indonesia.
2. Untuk menganalisis pengaruh lingkungan eksternal dan internal PT. Pos Indonesia.

3. Untuk merumuskan strategi yang dapat diterapkan oleh PT. Pos Indonesia dalam menghadapi masalah yang sedang dirasakan dan sekaligus meningkatkan daya saing PT. Pos Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai Salah satu proses pembelajaran yang diharapkan dapat memperluas, menambah, dan memperdalam wawasan mengenai strategi perusahaan khususnya perusahaan yang berfungsi di Lembaga Pemerintahan yang melayani masyarakat.

2. Bagi Perusahaan (PT. Pos Indonesia)

Kiranya hasil akhir dari penelitian ini dapat dijadikan referensi oleh perusahaan dan berguna bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi bisnisnya dalam jangka Panjang .

3. Manfaat akademis

Diharapkan manfaat dari penelitian ini adalah dapat dijadikan referensi dalam upaya pengembangan ilmu pengetahuan serta hasil dari informasi penelitian ini dapat berguna untuk penelitian selanjutnya setelah ini.