**ARTIKEL**

**STRATEGI BERSAING JASA PENGIRIMAN SURAT DAN PAKET PADA PT. POS INDONESIA**

**(STUDI PADA PT. POS INDONESIA REGIONAL V BANDUNG)**

**Panji Ulum**

**NPM : 178010003**

****

**KONSENTRASI KEBIJAKAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU ADMINISTRASI**

**PASCASARJANA UNIVERSITAS PASUNDAN**

**2019**

**ABSTRAK**

Bisnis tidak akan berjalan dengan baik jika tidak didukung dengan strategi bersaing yang tepat. Untuk mampu bertahan dalam persaingan dunia bisnis maka harus mampu menerapakan strategi yang berbeda dari yang lain. Salah satu sektor bisnis yang menghadapi persaingan sangat ketat adalah bisnis jasa pengiriman surat dan paket. Seiring dengan besarnya kebutuhan masyarakat akan pengiriman barang, menjadi sebuah celah yang menguntungkan bagi para pelaku bisnis jasa pengiriman. Penelitian ini ingin mengetahui strategi bersaing jasa pengiriman surat dan paket yang diterapkan oleh PT. Pos Indonesia Regional V Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis Strategi Bersaing jasa pengiriman surat dan paket pada PT. Pos Indonesi Regional V Bandung.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena dan konteks dalam strategi bersaing jasa pengiriman surat dan paket. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, karena fokus penelitian ini untuk mengkaji dan menganalisis strategi bersaing jasa pengiriman surat dan paket sesuai dengan kondisi kontekstual yang relevan dengan situasi dilapangan tanpa adanya manipulasi.

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Pos Indonesia Regional V Bandung yang beralamatkan di Jalan Pahlawan No. 87, Kelurahan Sukaluyu, Kecamatan Cibeunging Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukan bahwa Strategi Bersaing yang diterapkan oleh PT. Pos Indonesia meliputi 3 bagian yaitu *Low Cost Strategy, Differentiation Strategy* dan *Focus Strategy.* Penggunaan *low cost strategy* didasarkan pada kondisi anggaran, kinerja serta pemasaran yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia Regional V Bandung. Dengan memanfaatkan kelebihan dan kekuatan yang dimiliki perusahaan dapat menjalankan strategi ini dengan efektif dan efisien. *Differentiation Strategy* digunakan dengan menciptakan perbedaan dan keunikan tersendiri dibandingkan pesaing. Dimensi strategi ini melibatkan beberapa bagian yaitu Citra Merek, Penggunaan Teknologi, Inovasi Produk dan Layanan, Layanan Pengguna serta Sebaran Outlet. Sedangkan *Focus Strategy* dikembangkan untuk membangun keunggulan bersaing dalam segmen yang lebih sempit. Penerapan strategi ini didasarkan pada kondisi pangsa pasar, pesaing yang tidak tertarik pada pasar tersebut serta potensi pertumbuhan yang baik. Strategi ini menjadikan PT. Pos Indonesia lebih fokus dalam menawarkan layanan jasa pengiriman surat dan paket pada segmen tertentu.

Berdasarkan hasil penelitian ini diajukan saran kepada manajemen PT. Pos Indonesia Regional V Bandung agar dalam menentukan pilihan strategi dapat mempertimbangkan berbagai kekuatan dan kelemahan , peluang serta ancaman yang dihadapi oleh PT. Pos Indonesia. Selanjutnya dalam pengaplikasian strategi dilapangan agar diupayakan membangun sinergitas yang baik antar seluruh anggota serta pimpinan melakukan evaluasi secara berkala terkait pengiriman surat dan paket.

**Kata Kunci :** *Low Cost Strategy, Differentiation Strategi, Focus Strategy*

***ABSTRACT***

*Business will not run well if it is not supported by the right competitive strategy. To be able to survive in the competitive world of business, you must be able to apply a different strategy than others. One business sector that faces intense competition is the mail and package delivery business. Along with the size of the community's need for shipping goods, it has become a lucrative gap for shipping service businesses.*

*This study wants to know the competitive strategies of mail and package delivery services implemented by PT. Pos Indonesia Regional V Bandung. This study aims to examine and analyze the Competitive Strategy of mail and package delivery services at PT. Pos Indonesia Regional V Bandung.*

*This research is a descriptive research that is research that aims to describe phenomena and contexts in competing strategies for mail and package delivery services. The approach used is qualitative, because the focus of this research is to study and analyze competitive strategies for sending mail and package services in accordance with contextual conditions that are relevant to the situation in the field without any manipulation.*

*This research was conducted at PT. Pos Indonesia Regional V Bandung, which is addressed at Jalan Pahlawan No. 87, Sukaluyu Urban Village, Cibeunging Kaler District, Bandung City, West Java. The results of the study show that the Competitive Strategy applied by PT. Pos Indonesia includes 3 parts, namely Low Cost Strategy, Differentiation Strategy and Strategy Focus. The use of low cost strategy is based on the conditions of the budget, performance and marketing carried out by PT. Pos Indonesia Regional V Bandung. By utilizing the strengths and strengths that the company has, it can run this strategy effectively and efficiently. Differentiation Strategy is used by creating distinctions and uniqueness compared to competitors. This dimension of strategy involves several parts, namely Brand Image, Use of Technology, Product and Service Innovation, User Services and Outlet Distribution. While the Focus Strategy was developed to build competitive advantage in narrower segments. The application of this strategy is based on market share conditions, competitors who are not interested in the market and good growth potential. This strategy makes PT. Pos Indonesia is more focused on offering mail and package delivery services to certain segments.*

*Based on the results of this study, suggestions were made to the management of PT. Pos Indonesia Regional V Bandung so that in determining the choice of strategy can consider various strengths and weaknesses, opportunities and threats faced by PT. Indonesian post. Furthermore, in applying the strategy in the field, it is sought to build good synergy between all members and leaders to conduct periodic evaluations related to the delivery of letters and packages.*

***Keywords: Low Cost Strategy, Differentiation Strategy, Strategy Focus***

**DAFTAR PUSTAKA**

Christopher Lovelock, dkk, 2010. **Pemasaran Jasa – Manusia, Teknologi, Strategi***,* Jakarta: Erlangga

David, Fred R. 2006. **Manajemen Strategis Konsep, teori. Ichan Setiyo Budi**, Jakarta: Salemba Empat.

F. Tjiptono dan G. Chandra, 2005. *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Andi Offset

Freddy Rangkuti, 2006. Analisis SWOT – **Teknik Membedah Kasus Bisnis***,* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Hadari Nawawi, 1987. **Metode Penelitian Sosial**, Yogyakkarta: Gajah Mada Universitas Press

Jauch, L.R dan Glueck, W.R. 1997, **Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan***, Edisi IV*, Erlangga, Jakarta.

JJ. David Hunger & Thomas L. W, 2003. **Manajemen Strategis**, Yogyakarta: ANDI

Jonathan Sarwono, 2011. *Marketing Intelligence*, Yogyakarta : Graha ilmu

Kusnadi, 2000. **Pengantar Manajemen Strategi**, Malang:Universitas Brawijaya

Lexy J. Moleong, 2002. **Metodologi Penelitian Kualitatif***,* Bandung : Remaja Rosdakarya

Michael Porter, 2001. **Strategi Bersaing, Teknik Menganalisis Industry dan Pesaing**, Jakarta: Erlangga

M Robert, Grant,1997. **Analisis Strategi Kontemporer: Konsep, Teknik, Aplikasi**,. Jakarta: Erlangga

Nana Sujana, dkk., 2004. **Penelitian dan Penilaian Pendidikan**, Bandung: Sinar Baru Algesindo

Pearce Robinson, 1997. **Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian**,Jakarta: Bina Rupa Aksara

Kotler, Philip dan Lane, Kevin Keller. 2009.**Manajemen Pemasaran, edisi ke-13.**Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama.

P. kotler, 2004. **Manajemen Pemasaran Edisi Milenium**, Jakarta: PT. Prenhallinda

Porter, Michael W. 2007. **Strategi Bersaing***(competitive strategy)* Tangerang:Kharisma Publishing Group.

Porter, M.E. 1980. *”Competitive Strategy - Techniques for Analysing Industries and Competitors”*. New York: NY: The Free Press.

Porter, M.E. 1985. *”Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance”,* The Free Press

Prasetio Aji, 2015. **Manajemen Strategi – Keunggulan Bersaing Berkelanjuta***n*, Yogyakarta: EKUILIBRIA

Robbins, Stephen P. 1994*.* **Teori Organisasi : Struktur, Desain, dan Aplikasi***.*Jakarta: Arcan

S. Nasution, 1996, *Metode Research*, Jakarta: Bumi Aksara

Sofjan Assauri, 2017. *Strategic Management – Sustainable Competitive Advantages,* Depok : RajaGrafindo Persada

Sugiyono, 2008. **Metodologi Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D).** Bandung : CV Alfabeta.

Suharsimi Arikunto, 1989. **Prosedur Penelitian Pendekatan dan Praktek**, Jakarta: Bina Aksara

Suryana, 2006. **Kewirausahaan, Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses**, Jakarta: Salemba Empat

SutrisnoHadi, 1995 **Metodologi Research, Jilid III** , Yogyakarta: Andi

V.E Zeithaml dan M. Jo Bitner, 2000. *Service Marketing : Integrating Customer Fokus Across The Firm, 2ND Edition*, McGraw Hill Companies Inc

Wahyudi Sri Agustinus, 1996. **Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berpikir Strategik,** Jakarta: Binarupa Aksara

Winarno Surachmad, 1990. **Metode Penelitian***,* Bandung: Tartsito