

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan pesat dunia teknologi dan komunikasi sebagai dampak pengaruh globalisasi yang melanda dunia, mengakibatkan terjadinya perubahan drastis menimpa dunia usaha. Akibatnya terjadi perubahan pada pola perekonomian dan perilaku konsumen yang menyebabkan tingkat persaingan semakin hebat. Dalam hal ini setiap perusahaan dituntut untuk memformulasikan suatu strategi dalam rangka menyikapi kondisi tersebut sehingga mampu tetap bertahan dan unggul dalam persaingan.

Kemajuan teknologi dan komunikasi menyebabkan arus informasi tidak terhalangi dan mampu merubah perilaku konsumen yang dimanjakan dengan tersedianya pilihan-pilihan produk barang dan jasa yang mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Kondisi demikian semakin kompleks dengan berkembangnya produk dan layanan substitusi serta munculnya pesaing-pesaing baru maupun lama dengan berbagai macam keunggulan dan daya tariknya yang dapat meruntuhkan loyalitas konsumen terhadap suatu produk/jasa.

Demikian pula halnya dengan dunia bisnis perposan yang tidak terlepas dari kondisi tersebut di atas. Persaingan jasa kurir berkembang semakin ketat dan tajam yang ditandai dengan perubahan regulasi di bidang perposan yang menyebabkan berkembangnya perusahaan yang bergerak dibidang jasa perposan.

PT Pos Indonesia (Persero) sebagai salah satu pebisnis terbesar di bidang jasa perposan di Indonesia khususnya untuk jasa pengiriman paket, sangat menyadari kondisi tersebut di atas. Dari seluruh jenis jasa yang dimasuki, jasa pengiriman paket menempati nomor dua terbesar sebagai penyumbang pendapatan bagi PT Pos Indonesia. Sehingga jasa pengiriman paket merupakan jasa yang penting bagi PT Pos Indonesia dan pengelolaan jasa ini harus menjadi perhatian khusus bagi pengambil keputusan di PT Pos Indonesia. Oleh karena itu PT Pos tidak pernah berhenti untuk melakukan berbagai usaha dan perubahan dalam meningkatkan mutu pelayanan, sehingga mampu memenuhi harapan dan keinginan pelanggan. Sumber daya yang dimiliki PT Pos selalu difokuskan untuk meningkatkan daya saing dan mampu mewujudkan kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, untuk dapat meningkatkan kinerja dan daya saingnya, serta untuk tetap eksis dalam persaingan yang ketat ini diperlukan suatu perencanaan yang strategis agar layanan dapat diterima dan dimanfaatkan oleh pelanggan. Diharapkan dengan perencanaan yang strategis ini dapat dihasilkan suatu strategi bersaing yang sesuai sehingga bisnis jasa

pengiriman paket PT Pos Indonesia dapat terus eksis bersaing bersama beberapa perusahaan sejenis lainnya, baik itu perusahaan kurir kecil sampai yang besar seperti TIKI, DHL, LTH, dll. Selain itu, strategi bersaing tersebut diharapkan juga dapat meningkatkan kualitas pelayanan, yang mana kesemuanya itu pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan pendapatan PT Pos Indonesia.

1.2. Perumusan Masalah

Adanya kebebasan dalam mendirikan suatu jasa paket di Indonesia, mendorong perusahaan – perusahaan lokal maupun internasional mendirikan perusahaan jasa paket di Indonesia, mulai dari yang kecil seperti jasa-jasa kurir sampai yang besar seperti TIKI, DHL, LTH, dll yang mana masing-masing perusahaan tersebut menawarkan layanan tambahan dengan keunggulan yang beragam.

Kondisi tersebut menyebabkan konsumen yang akan mengirimkan paket dapat memilih suatu pengelola jasa paket yang disukainya. Pada akhirnya akan timbul persaingan yang ketat dalam bisnis jasa paket dalam rangka memperebutkan dan mempertahankan pelanggan. Oleh karena itu, perlu dilakukan suatu perencanaan strategi bisnis yang baik agar PT Pos khususnya bagian jasa pengiriman paket dapat tetap bersaing dan berkembang.

Berdasarkan uraian di atas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang telah diberikan PT Pos Indonesia dalam jasa pengiriman paket berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan yang dikaitkan dengan tingkat kepuasan.
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan jasa pengiriman paket PT Pos Indonesia dibanding pesaingnya ?
3. Bagaimana mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal perusahaan akan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki ?
4. Bagaimana posisi portofolio unit bisnis logistik PT Pos Indonesia ?
5. Bagaimana PT Pos Indonesia (Persero) menentukan strategi bersaing yang tepat untuk unit bisnis jasa pengiriman paketnya sehingga dapat bersaing dalam bisnis tersebut

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada masalah yang telah diidentifikasi di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui kualitas layanan bisnis jasa pengiriman paket PT Pos Indonesia dengan mengukur tingkat kepuasan dan kepentingan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

Bab I Pendahuluan

2. Mengukur dan membandingkan tingkat kepuasan pelanggan jasa paket PT Pos Indonesia terhadap kompetitornya.
3. Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap unit bisnis jasa pengiriman paket (logistik) PT Pos Indonesia.
4. Mengidentifikasi dan menganalisis posisi portofolio bisnis perusahaan.
5. Merekomendasikan usulan strategi bersaing yang tepat untuk PT Pos khususnya untuk unit bisnis pengiriman paket pos sehingga dapat bersaing dalam dunia pengiriman paket.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Perusahaan

Bagi perusahaan, dalam hal ini PT Pos Indonesia, hasil penelitian ini dapat menghasilkan beberapa manfaat, yaitu :

- ☉ Mengetahui perbandingan tingkat kepuasan pelanggan jasa pengiriman paket PT Pos Indonesia terhadap pesaingnya
- ☉ Mengetahui apa saja harapan pelanggan terhadap unit bisnis jasa pengiriman paket PT Pos Indonesia.
- ☉ Mengetahui portofolio dan posisi daya saing jasa pengiriman paket PT Pos Indonesia melalui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
- ☉ Menghasilkan strategi bersaing untuk PT Pos Indonesia khususnya Unit Bisnis Logistik sehingga dapat bersaing dalam dunia jasa pengiriman paket/barang yang kompetitif.

Penulis

Bagi penulis sendiri, penelitian diharapkan berguna untuk melatih diri dalam melakukan penelitian secara nyata sehingga dapat lebih memahami kondisi perusahaan secara langsung dan sebagai tambahan ilmu pengetahuan.

Pengguna Lain

Bagi pengguna lainnya adalah sebagai bahan studi awal untuk kajian yang lebih mendalam bagi perbaikan pelayanan dan perumusan strategi jasa pengiriman paket PT Pos Indonesia

1.5. Batasan Masalah

Untuk lebih mengarahkan penelitian, maka perlu adanya batasan masalah dari penelitian ini, yaitu :

1. Penelitian ini dilakukan pada Unit Bisnis Logistik UPT PT Pos II Bandung.
2. Visi dan misi perusahaan yang ada dianggap telah baik, sehingga pada penelitian ini tidak dibahas mengenai klarifikasi terhadap visi dan misi perusahaan.
3. Populasi penelitian adalah masyarakat yang pernah menggunakan jasa pengiriman paket PT Pos Indonesia yang tinggal di kota Bandung.
4. Analisa aspek pesaing dilakukan pada kompetitor/pesaing potensial.
5. Penelitian hanya membahas usulan perumusan strategi bersaing dimana hasil akhirnya akan dijadikan masukan bagi pihak manajemen sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan perusahaan, sedangkan tahap implementasi dan pengendalian diluar cakupan penelitian.
6. Analisa lingkungan internal dibatasi pada aspek : pemasaran dan distribusi, produksi dan operasi, keuangan, dan sumber daya manusia.
7. Analisa lingkungan eksternal dibatasi pada aspek : ekonomi, teknologi, pemerintah, pelanggan, pemasok, pesaing sejenis, produk substitusi, dan pendatang baru potensial.

1.6. Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini akan diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang teori – teori yang mendasari dan mendukung penulis dalam rangka pemecahan masalah dan penyusunan Tugas Akhir ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menggambarkan tentang langkah – langkah penulis dalam memecahkan masalah dan menggambarkan pola pikir penulis dalam Tugas Akhir.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini menguraikan tentang data – data yang diperoleh dari penelitian, baik penelitian langsung ke lapangan, ataupun berdasarkan literatur – literatur beserta pengolahannya sebagai landasan analisis dalam rangka merumuskan strategi bersaing bagi PT Pos Indonesia, khususnya unit bisnis pengiriman paket pos.

BAB V ANALISIS

Pada bab ini menguraikan analisis hasil pengolahan data mengenai bagaimana merumuskan strategi bersaing jasa pengiriman paket pos dengan memperhatikan teori – teori yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil pengolahan data yang relevan dengan tujuan penelitian, serta saran – saran yang diharapkan dapat berguna bagi pengembangan strategi perusahaan PT Pos Indonesia dalam jasa pengiriman pakatnya dan bagi penelitian selanjutnya.

STTTTELKOM