

Perumusan strategi peningkatan kepuasan konsumen untuk layanan paket pos PT Pos Indonesia

Aga Kristila, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20247618&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan usaha yang semakin menguat di dalam industri jasa pos dalam kurun waktu lima tahun terakhir ini dipicu dengan munculnya berbagai perusahaan jasa kurir baru yang berupaya menggarap dan memanfaatkan peluang usaha yang semakin terbuka dan cukup menjanjikan. Sementara itu, adanya perkembangan kebutuhan masyarakat yang selaras dengan tuntutan akan kualitas layanan yang terus bergerak memainkan peranan penting dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan suatu perencanaan strategi untuk dapat tems bertumbuh, bersaing dan mencapai hasil yang diharapkan. Manajemen strategi merupakan suatu cara tepat yang dapat membantu perusahaan dalam rneraih keberhasilan di bidang usahanya. Manajemen stralegi meliputi proses perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian strategi untuk dapat mencapai sasaran dan tujuan perusahaan. Adanya pemahaman rnengenai kondisi lingkungan internal dan eksternal akan membantu perusahaan dalam menyusun langkah-langkah strategi yang tepat untuk mencapai sasaran tersebut.

Pada Skripsi ini, Penulis berusaha menyusun suatu strategi tingkat bisnis untuk layanan paketpos dengan mengacu pada strategi tingkat korporat yang telah disusun oleh PT Pos Indonesia, yang diharapkan dapat membantu perusahaan dalam upaya mencapai tujuannya.

Penyusunan strategi diawali dengan analisa lingkungan internal untuk rnengetahui faktor-faktor apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan PT Pos Indonesia serta analisa lingkungan eksternal untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang hasilnya akan dirangkum dalam matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan matrik EFE (Eksternal Factor Evaluation). Analisa tersebut dibantu dengan hasil penyebaran menyebarkan kuesioner pada masyarakat selaku konsumen serta manajemen PT Pos Indonesia.

Dari hasil analisa tersebut, akan disusun Matriks SWOT, Matriks SPACE dan Matriks IE untuk menghasilkan alternatif-alternatif strategi yang disesuaikan dengan kondisi perusahaan saat ini. Alternatif strategi tersebut selanjutnya akan diseleksi dengan menggunakan matriks QSPM untuk menentukan strategi tingkat

bisnis yang paling tepat bagi perusahaan yang dapat membantu perusahaan dalam menentukan arah pengelolaan usaha layanan paketpos.

Faktor yang menjadi kekuatan utama PT Pos Indonesia ialah harga layanan sedangkan kelemahan utama perusahaan ialah pelayanan yang diberikan petugas pada konsumen. Sementara itu, peluang terbesar yang perlu diraih PT Pos Indonesia ialah adanya perubahan teknologi sedangkan ancaman terbesar yang dihadapi ialah persaingan harga yang kurang sehat. Penyusunan strategi tingkat bisnis dimaksudkan untuk mengoptimalkan kekuatan yang ada serta meminimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman dan meraih peluang yang ada dengan cara melakukan peningkatan kualitas layanan paketpos untuk dapat memenuhi tujuan perusahaan yaitu memenuhi kepuasan konsumen.

mengatasi