

Evaluasi perencanaan, desain, dan pelaksanaan promosi pascaindustri monopolistik (studi kasus pada PT Pos Indonesia Persero)

Yanny Yuniar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=73089&lokasi=lokal>

Abstrak

Latar belakang penelitian ini adalah kondisi persaingan yang terjadi diantara perusahaan jasa pengiriman, sebelumnya pemerintah memberikan fasilitas monopoli kepada PT Pos Indonesia (Persero), tetapi saat ini fasilitas tersebut dihapuskan. Dalam kondisi persaingan, citra baik sangat mempengaruhi harapan dan keinginan pelanggan yang menjadi penentu apakah perusahaan dapat bertahan hidup dan memperoleh keuntungan.

Penelitian dilakukan dengan metode studi kasus (case study) dengan tipe penelitian 1 yaitu desain kasus tunggal-unit analisis tunggal. Yang menjadi objek atau kasus adalah PT Pos Indonesia (Persero) yang berkantor pusat di Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kegiatan promosi PT Pos Indonesia pascaindustri monopolistik, dengan mengevaluasi input yaitu menganalisis permasalahan yang dihadapi perusahaan dari data yang diperoleh perusahaan, mengevaluasi desain promosi, dan mengevaluasi pelaksanaan program promosi.

Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai, direktur utama, manajer humas dan manajer promosi yang menjadi sumber informasi utama, sumber data sekunder diambil dari dokumentasi perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan: meskipun terjadi persaingan dengan beberapa perusahaan jasa pengiriman sebagai akibat dari ditiadakannya fasilitas monopoli, tetapi kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan dalam memperbaiki citra (kurang baik) sebagai perusahaan jasa pengiriman yang murah dan lambat tidak dilakukan dengan strategi promosi yang terencana.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah: dari informasi yang berhasil dikumpulkan perusahaan melalui media massa dan hasil penelitian lembaga lain, penilaian masyarakat terhadap perusahaan mengecewakan.

Perusahaan tidak memiliki desain yang jelas dalam setiap program yang dilaksanakan, sehingga tidak ada mekanisme yang dapat mengontrol efektifitas kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

<hr>

Evaluation Analysis, Design, and Implementation of Promotion in Post Monopolistic Industry (Case study PT POS INDONESIA PERSERO)The research background is increasing competition amongst freight forwarding companies, Before free market competition era, the government had been granted monopolistic facility to PT Pas Indonesia, which is no longer the case at the moment. In free market condition, corporate image gives a influence to customers expectation and needs which could be one of determinant factors of company's survival and ability to achieve profitable growth.

The study was carried out by employing case study design as, single case single unit of analysis design. The case under study is PT Pos Indonesia (Persero) headquarter office Bandung.

The general research objective is to understand promotion activities of PT Pos Indonesia post monopolistic era by input evaluation (preplanning) which encompasses : problem analysis from data obtained from the company, evaluation of promotion program design and evaluation of its implementation.

The data collection was conducted interview with the president director of PT Pos Indonesia, Public Relations Manager, and promotion manager. In addition secondary data was collected. The research findings indicate despite considerable competition with other private freight forwarding companies as the effect of elimination of monopolistic facility, promotion activities done by company showed inadequate performance, particularly to portray the image as an affordable and fast service freight forwarding company. Lack of a strategic planning has been identified the source of failure.

This research concludes that information obtained from mass media and other research agencies, public evaluation lowers the company has been discouraging the company is identified as lack of clear design in each program implemented, which result in poor mechanism to control the effectiveness company's promotion activities.