

Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing PT. Pos Persero Indonesia Di Kota Palangka Raya

Rofika Sri Wulandari¹, Revnussa Oktobery², Kharisma Nugraha Putra³, Tonich Uda⁴, Rinto Alexandro⁵

¹ Pendidikan Ekonomi, Universitas Palangka Raya; rsri53815@gmail.com

² Pendidikan Ekonomi, Universitas Palangka Raya; revnussaoktobery@gmail.com

³ Pendidikan Ekonomi, Universitas Palangka Raya; kharismanugraha@fkip.upr.ac.id

⁴ Pendidikan Ekonomi, Universitas Palangka Raya; tonichuda@fkip.upr.ac.id

⁵ Universitas Palangka Raya; rinto.alexandro@fkip.upr.ac.id

³ Correspondance author: kharismanugraha@fkip.upr.ac.id ; Telp: +62 822-1120-20XX

Abstrak: Analisis SWOT memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan guna mengetahui strategi apa yang nantinya tepat dan dapat dilakukan perusahaan sehingga dapat bersaing dengan perusahaan sejenis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi PT POS Persero Indonesia di Kota Palangka Raya dalam meningkatkan daya saing perusahaan berdasarkan Analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan pendekatan study kasus, informan dalam penelitian ini adalah Manajer Kantor Pos, Pegawai Kantor Pos, dan Pelanggan Kantor Pos Palangka Raya. Sumber data diperoleh dari data primer yaitu dari observasi di lapangan dan wawancara dengan informan, dan data sekunder dari dokumentasi hasil observasi dan wawancara. Metode analisis data menggunakan analisis model interaktif *Miles and Huberman* yang terdiri dari 3 tahapan kegiatan yaitu mereduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Berdasarkan hasil analisis Matriks Grand Strategy menunjukkan bahwa PT Pos Indonesia Kota Palangka Raya ada pada kuadran III yaitu kuadran strategi *Turn Around* dan Likuidasi. Strategi yang tepat adalah dengan cara strategi WO, Strategi WO fokus pada meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang, seperti kerjasama dengan pemerintah daerah dan pelatihan SDM. Strategi ini dapat meningkatkan daya saing PT Pos Indonesia Kota Palangka Raya.

Kata Kunci: SWOT, daya saing, strategi

Abstract: SWOT analysis has a very important role for companies to find out what strategies will be appropriate and can be carried out by the company so that it can compete with similar companies. The purpose of this research is to determine and analyze the strategy of PT POS Persero Indonesia in Palangka Raya City in increasing the company's competitiveness based on SWOT Analysis. This research uses a qualitative method by taking a case study approach, the informants in this research are Post Office Managers, Post Office Employees, and Palangka Raya Post Office Customers. Data sources were obtained from primary data, namely from observations in the field and interviews with informants, and secondary data from documentation of the results of observations and interviews. The data analysis method uses Miles and Huberman's interactive model analysis of 3 activity stages, namely reducing data, presenting data, and drawing conclusions. Based on the results of the Grand Strategy Matrix analysis, it shows that PT Pos Indonesia Palangka Raya City is in quadrant III, namely the Turn Around and Liquidation strategy quadrant. The right strategy is the WO strategy. The WO strategy focuses on minimizing weaknesses by taking advantage of opportunities, such as collaboration with local governments and human resource training. This strategy can increase the competitiveness of PT Pos Indonesia Palangka Raya City.

Key Word : SWOT, competitiveness, strategy

1. Pendahuluan

Globalisasi atau era persaingan global saat ini telah membentuk kompetisi global usaha menjadi semakin ketat. Setiap pelaku usaha dipacu untuk selalu melakukan cara agar dapat terus eksis pada persaingan dengan berbagai produk atau jasa baru yang ditawarkan. Semakin bertambahnya perusahaan-perusahaan yang ada, tentunya akan memperketat persaingan pada pasar. Ketatnya persaingan mengakibatkan perusahaan berusaha untuk memenangkan persaingan dengan cara menerapkan strategi bersaing yang tepat sehingga dapat melaksanakan dan mewujudkan tujuan-tujuan perusahaan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Di era modern ini, perusahaan jasa tidak hanya dimiliki oleh Negara, melainkan juga banyak perusahaan jasa yang dimiliki oleh pihak swasta, dan persaingannya pun sangat ketat. BUMN ialah Badan Usaha Milik Negara yang ditugaskan untuk mencari pendapatan Negara sebanyak-banyaknya. Salah satu BUMN di Indonesia yang dihadapkan pada tantangan era globalisasi agar dapat terus bersaing adalah PT POS Indonesia (Persero).

PT Pos Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dibidang jasa pengiriman atau logistik. Kondisi geografis Indonesia yang terdiri dari kepulauan yang terpisah oleh luasnya lautan, maka dibutuhkan jasa yang cepat, tepat dan terpercaya untuk memenuhi kebutuhan warga akan pelayanan jasa seperti pengiriman barang, surat dan untuk pengiriman ke daerah yang terpencil. Disinilah PT Pos Indonesia memiliki peranan penting sebagai sebuah perusahaan ekspedisi skala nasional yang melayani jasa antaran barang antar kota dan antar provinsi.

Kota Palangka Raya sendiri memiliki beberapa Kantor Pos yang beroperasi, yakni satu kantor cabang dan tiga kantor unit yang tersebar di beberapa daerah di Kota Palangka Raya. Semakin banyak e-commerce di kota Palangka Raya khususnya di masa saat ini, banyak masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman untuk mendistribusikan produk pesanan konsumen, baik menggunakan armada transportasi (darat, laut, maupun udara). Maka dari itu keberadaan perusahaan jasa pengiriman sangat di butuhkan pada saat ini. Tentu saja jika ingin mengirim barang para e-commerce harus memilih jasa pengiriman mana yang cukup populer, mudah didapat, dan direkomendasikan banyak konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara, keluhan masyarakat terhadap PT Pos Indonesia adalah proses pengiriman yang lambat. Masyarakat lebih memilih jasa pengiriman lain yang lebih cepat dan sesuai dengan estimasi waktu. Untuk bersaing, PT Pos Indonesia perlu melihat dan memuaskan keinginan pasar. Strategi perusahaan, khususnya strategi bersaing merupakan langkah yang tepat yang harus ditempuh dan direalisasikan oleh setiap perusahaan agar dapat bertahan di pasar. Usaha yang bersifat dinamis dengan perubahan waktu ke waktu tersebut dipengaruhi oleh selera masyarakat akan suatu produk. Strategi perusahaan yang baik harus mampu melihat keinginan pasar dengan memuaskannya terhadap produk yang dipasarkan. Oleh karenanya strategi bersaing mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan umumnya. Dengan demikian strategi bersaing harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatannya.

Analisis SWOT timbul secara langsung atau tidak langsung karena adanya persaingan dari perusahaan lain yang memproduksi barang dan jasa sejenis dengan produk suatu perusahaan. Analisis SWOT memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan guna mengetahui strategi apa yang nantinya tepat dan dapat dilakukan perusahaan sehingga dapat bersaing dengan perusahaan sejenis.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa PT Pos Persero Indonesia di Kota Palangka Raya masih kalah bersaing, dapat dilihat dari menurunnya minat masyarakat dikarenakan lebih cenderung memilih perusahaan pesaing, dan tidak stabilnya tingkat pendapatan yang diperoleh. Sehingga peneliti merasa perlu untuk membahas lebih lanjut tentang Analisis SWOT pada PT Pos Indonesia dalam upaya peningkatan daya saingnya sehingga dapat bersaing dengan kompetitor yang menawarkan pelayanan jasa dibidang yang sama.

2. Metode

Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif yaitu metode penelitian berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi PT POS Persero Indonesia di Kota Palangka Raya dalam meningkatkan daya saing perusahaan berdasarkan Analisis SWOT. Menurut Sugiyono (2022), Menyatakan bahwa: "Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan atau interpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci".

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pos Palangka Raya yang berada di Jl. Imam Bonjol No.3, Menteng, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah 73000. Sumber data di peroleh dengan menerapkan metode observasi di lapangan, wawancara dengan Manajer Kantor Pos, Pegawai Kantor Pos, dan Pelanggan Kantor Pos Palangka Raya. dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis model *interaktif Miles and Huberman* dimana aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Gambaran Umum PT. POS Indonesia

VISI PT. Pos Indonesia adalah “Menjadi Postal operator, penyedia jasa kurir, logistik, dan Keuangan paling kompetitif”. Adapun yang menjadi MISI dari PT. Pos Indonesia adalah Bertindak Efektif Untuk Mencapai *Perfomance* Terbaik melalui:

1. Memberikan produk yang relevan sesuai dengan kebutuhan pasar;
2. Memberikan jasa layanan yang prima;
3. Menjalankan proses bisnis secara efisien;
4. Membangun soslusi teknologi informasi prima dan human capital yang andal;
5. Memperkuat sistem pengendalian internal, *governance*, dan manajemen resiko untuk mencapai tingkat kematangan yang memadai untuk mengamankan pencapaian tujuan perusahaan.

Program PT POS Dalam Meningkatkan Daya Saing

Untuk meningkatkan daya saing PT Pos Indonesia di Kota Palangka Raya, PT Pos Indonesia mengeluarkan program peningkatan untuk menyukseskan strategi yang diterapkan dan tertuang dalam beberapa program, antara lain:

1. *Integrated Logistics*, adalah sebuah konsep layanan total logistik yang menangani keseluruhan, pengevaluasian semua layanan PT Pos dengan tujuan terpenuhinya standar-standar yang berlaku.
2. *Freight Forwarding*, adalah sebuah konsep pelayanan yang diberikan kepada masyarakat berbasis *e-commerce*, aplikasi dan media sosial yang dapat diakses oleh masyarakat untuk meningkatkan kualitas PT Pos
3. *Transporting*, adalah berfokus pada suatu bentuk jasa trucking yang dibutuhkan masyarakat yang aman, cepat dan akurat.
4. *Warehousing*, adalah jasa layanan distribution centre yang berfokus pada pembuatan produk dan pengecekan dari tingkat kematangan sebuah produk yang inovatif untuk diberikan masyarakat
5. *Selected people*, adalah berfokus pada pelatihan-pelatihan dan training yang diberikan kepada pegawai untuk meningkatkan kualitas PT Pos Indonesia
6. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara, berfokus pada program pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro dan kecil dengan tujuan mewujudkan masyarakat adil dan Makmur.

Menurut Frendy Rangkuti dalam Elizabet (2021:31) Menyatakan bahwa Analisis SWOT memberikan suatu “pandangan dasar” tentang analisis kondisi situasi yang dihadapi sehingga bisa didapatkan strategi yang tepat dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Analisis SWOT menjabarkan secara rinci aspek-aspek yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) rencana peningkatan daya saing PT POS Indonesia.

Kekuatan (*strength*) PT. POS Indonesia Kota Palangka Raya

Kekuatan adalah situasi dan kemampuan internal yang bersifat positif, yang memungkinkan organisasi memiliki keuntungan strategik dalam mencapai sasarannya. Sehubungan dengan kekuatan yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia ini, dapat dijelaskan dari wawancara penulis dengan Manajer Ritel dan Kemitraan yaitu, Ibu Leni Santi Anggraeni mengatakan bahwa:

“Berbicara soal kekuatan, PT POS mempunyai jaringan yang luas baik secara nasional maupun internasional, melayani semua transaksi jasa keuangan dan logistik, serta memiliki SDM yang memadai”. Berdasarkan wawancara di atas, sehubungan dengan kekuatan yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia, penulis perlu menambahkan hasil dari wawancara dengan narasumber lainnya. Untuk memperdalam hasil wawancara

tersebut maka penulis juga mewawancarai Manajer Penjualan Korpotar Kurlog yaitu, Bapak Agusri Hadi Pratomo Wijaya menyatakan bahwa:

“Titik layanan Pos Indonesia yang hampir menjangkau seluruh wilayah di Indonesia menjadi keunggulan Pos Indonesia dibandingkan perusahaan lain sejenis”. Berdasarkan wawancara di atas, sehubungan dengan kekuatan yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia penulis perlu menambahkan hasil dari wawancara dengan narasumber lainnya. Untuk memperdalam hasil wawancara tersebut maka penulis juga mewawancarai Manajer Pelayanan Outlet dan Operasi Cabang yaitu, Ibu Dewi Retno Oktaviani menyatakan bahwa:

“Menjadi kekuatan PT Pos Indonesia khususnya kantor pos Palangkaraya yaitu semakin bertambah luasnya jaringan PT POS Indonesia, agen pos dan kantor cabang pembantu yang berada di wilayah kecamatan serta hadirnya aplikasi berbasis Mobile yang bisa digunakan untuk berbagai macam transaksi dari pembayaran listrik, air, multifinance, pajak, pembelian pulsa serta TOP Up dompet digital.” Berdasarkan wawancara di atas, sehubungan dengan kekuatan yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia penulis perlu menambahkan hasil dari wawancara dengan narasumber lainnya. Untuk memperdalam hasil wawancara tersebut maka penulis juga mewawancarai Pegawai Kantor Pos Staff Outlet dan Operasi Cabang, Ibu Zaitunniah menyatakan bahwa:

“Bekerja melayani publik baik jasa keuangan, jasa pengiriman, distribusi bantuan sosial untuk masyarakat setiap hari”. Berdasarkan wawancara di atas, sehubungan dengan kekuatan yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia penulis perlu menambahkan hasil dari wawancara dengan narasumber lainnya. Untuk memperdalam hasil wawancara tersebut maka penulis juga mewawancarai Pelanggan Kantor Pos Palangka Raya yaitu, Ibu Lutfi menyatakan bahwa:

“Yang menjadi kekuatan kantor pos yaitu setiap pengiriman barang yang dilakukan dengan bagus, amanah, aman, dan oke”. Dari pernyataan tersebut diketahui bahwa Kantor Pos Palangka Raya, telah menciptakan citra atau nama baik perusahaan dengan maksimal sehingga nantinya kekuatan ini dapat menjadi salah satu strategi yang tepat untuk menarik pelanggan sehingga Kantor Pos Palangka Raya dapat bersaing dengan perusahaan sejenisnya.

Kelemahan (*weakness*) PT. POS Indonesia Kota Palangka Raya

Kelemahan ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Adapun kelemahan Kantor Pos Indonesia menurut Manajer Ritel dan Kemitraan yaitu, Ibu Leni Santi Anggraeni mengatakan bahwa:

“Dukungan dari pemerintah belum maksimal, masih ada beberapa sarana dan fasilitas yang belum memadai dan terakhir promosi yang kurang agresif”. Berdasarkan wawancara di atas, sehubungan dengan kelemahan yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia penulis perlu menambahkan hasil dari wawancara dengan narasumber lainnya. Untuk memperdalam hasil wawancara tersebut maka penulis juga mewawancarai Manajer Penjualan Korpotar Kurlog yaitu, Bapak Agusri Hadi Pratomo Wijaya menyatakan bahwa:

“Kekurangan dari Pos Indonesia yaitu masih kurang masif dalam melakukan promosi seperti perusahaan lain sejenis, terutama seperti program gratis ongkos kirim.” Berdasarkan wawancara di atas, sehubungan dengan kelemahan yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia penulis perlu menambahkan hasil dari wawancara dengan narasumber lainnya. Untuk memperdalam hasil wawancara tersebut maka penulis juga mewawancarai Manajer Pelayanan Outlet dan Operasi Cabang yaitu, Ibu Dewi Retno Oktaviani menyatakan bahwa:

“Kelemahan PT Pos Indonesia khususnya di Kota Palangkaraya sendiri masih kurangnya sosialisasi sehingga informasi tentang fitur layanan terbaru PT Pos belum tersampaikan oleh masyarakat”. Berdasarkan wawancara di atas, sehubungan dengan kelemahan yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia penulis perlu menambahkan hasil dari wawancara dengan narasumber lainnya. Untuk memperdalam hasil wawancara tersebut maka penulis juga mewawancarai Pegawai Kantor Pos yaitu, Bapak Firman Azis menyatakan bahwa:

“Yang menjadi kelemahan Pos Indonesia adalah perlunya redefinisi produk”. Berdasarkan wawancara di atas, sehubungan dengan kelemahan yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia penulis perlu menambahkan hasil dari wawancara dengan narasumber lainnya. Untuk memperdalam hasil wawancara tersebut maka penulis juga mewawancarai Pelanggan Kantor Pos Palangka Raya yaitu, Ibu Iin Parlina menyatakan bahwa:

“Yang menjadi kelemahan PT Pos Indonesia adalah loketnya banyak, tapi tak semua difungsikan, sehingga sering terjadi antri panjang, saya pengguna layanan pos sampai sekarang, mulai dari pengiriman dokumen, paket pos, weselpos instan dan pembayaran listrik”.

Dari pernyataan tersebut diketahui bahwa Kantor Pos Palangka Raya, memiliki beberapa kekurangan yaitu kurang terjangkaunya iklan publikasi produk-produk baru yang ada sehingga masyarakat hanya menilai jika pelayanan yang diberikan PT Pos hanya sebatas pengiriman paket saja. Kurang terjangkaunya iklan publikasi untuk informasi produk, juga karena kebanyakan masyarakat Indonesia masih belum paham dengan cara kerja atau pun mekanisme dari produk-produk yang ada dalam PT Pos Indonesia sehingga konsumen enggan dalam menggunakan produk yang telah ada dan telah disediakan oleh PT Pos Indonesia. PT Pos Persero Indonesia Palangka Raya harus memperhatikan setiap kelemahan yang ada pada perusahaan sehingga perusahaan dapat menciptakan strategi yang baik dalam meningkatkan daya saingnya.

Peluang (*opportunity*) PT. POS Indonesia Kota Palangka Raya

Peluang atau *opportunity* ialah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi satu satuan organisasi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri, misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah dan kondisi lingkungan sekitar. Adapun Peluang Kantor Pos Indonesia menurut Manajer Ritel dan Kemitraan yaitu, Ibu Leni Santi Anggraeni mengatakan bahwa:

“Kami melakukan perluasan layanan sampai ke pelosok terkait layanan logistik dan keuangan, merekrut Sumber Daya Manusia lebih banyak, melakukan renovasi layanan lebih baik, melakukan adaptasi teknologi sesuai perkembangan dan alokasi anggaran promo yang lebih gencar guna menarik pelanggan.” Berdasarkan wawancara di atas, sehubungan dengan peluang yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia penulis perlu menambahkan hasil dari wawancara dengan narasumber lainnya. Untuk memperdalam hasil wawancara tersebut maka penulis juga mewawancarai Manajer Penjualan Korpotar Kurlog yaitu, Bapak Agusri Hadi Pratomo Wijaya menyatakan bahwa:

“Perusahaan saat ini sangat repot memanfaatkan peluang, seperti transformasi menjadi perusahaan logistik, dimana potensi bisnis dibidang logistik masih sangat besar dan potensial.” Berdasarkan wawancara di atas, sehubungan dengan peluang yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia penulis perlu menambahkan hasil dari wawancara dengan narasumber lainnya. Untuk memperdalam hasil wawancara tersebut maka penulis juga mewawancarai Manajer Bagian Solusi Teknologi yaitu, Bapak Refi Oktavianto menyatakan bahwa:

“Memanfaatkan peluang dapat dengan cara melakukan pendekatan secara persuasif kepada mitra atau calon mitra untuk menggali kemungkinan adanya peluang kerjasama yang lebih baik pada kedua belah pihak.” Berdasarkan wawancara di atas, sehubungan dengan peluang yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia penulis perlu menambahkan hasil dari wawancara dengan narasumber lainnya. Untuk memperdalam hasil wawancara tersebut maka penulis juga mewawancarai Pegawai Kantor Pos Staff Outlet dan Operasi Cabang, Ibu Zaitunniah menyatakan bahwa:

“Adapun peluang yang dimiliki PT Pos Indonesia yaitu, memiliki nama baik sejak lama, dan selalu berusaha maksimal dalam melayani publik dan menghadapi perubahan”. Berdasarkan wawancara di atas, sehubungan dengan peluang yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia penulis perlu menambahkan hasil dari wawancara dengan narasumber lainnya. Untuk memperdalam hasil wawancara tersebut maka penulis juga mewawancarai Pegawai Kantor Pos yaitu, Bapak Firman Azis menyatakan bahwa:

“Peluang yang dimiliki PT Pos Indonesia yaitu menjadi *one stop payment* terengkap.” Dari pernyataan tersebut diketahui bahwa peluang yang dimiliki Kantor Pos Palangka Raya, yaitu dimilikinya jaringan kerja sama yang luas sehingga menjanjikan layanan yang cepat dan baik kepada masyarakat sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam menggunakan jasa layanan Pos.

Ancaman (*threat*) PT. POS Indonesia Kota Palangka Raya

Ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan organisasi. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Dari wawancara penulis dengan Manajer Ritel dan Kemitraan yaitu, Ibu Leni Santi Anggraeni mengatakan bahwa:

“Salah satu ancaman PT Pos yaitu berkaitan dengan regulasi atau UU karena itu jika PT Pos menetapkan tarif itu harus minta izin kepada pemerintah untuk tarif-tarif yang berkaitan dengan Pos universal jadi Pos Indonesia mengenal layanan Pos universal dan Pos komersial padahal persaingan tarif yang kompetitif dari kompetitor-kompetitor yang ada akan menjadi ancaman bagi eksistensi Pos itu sendiri.” Berdasarkan wawancara di atas, sehubungan dengan ancaman yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia penulis perlu menambahkan hasil dari wawancara dengan narasumber lainnya. Untuk memperdalam hasil wawancara

tersebut maka penulis juga mewawancarai Manajer Penjualan Korpotar Kurlog yaitu, Bapak Agusri Hadi Pratomo Wijaya menyatakan bahwa:

“Beberapa layanan Pos juga masih digunakan oleh masyarakat menengah ke atas contohnya seperti mail online, dikarenakan terbatasnya jaringan online di masyarakat itulah yang jadi hambatan karena tidak semua orang memiliki jaringan internet. Masyarakat Indonesia masih belum percaya dengan keamanan informasi di Indonesia karena banyaknya problem dan tragedy yang terjadi belakangan ini di dalam negeri. Oleh sebab itu meyakinkan dan memberikan keamanan informasi produk-produk PT POS Indonesia adalah tugas utama agar masyarakat kembali percaya dan tidak takut tentang hal hack system yang sedang marak belakangan ini.” Berdasarkan wawancara di atas, sehubungan dengan ancaman yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia penulis perlu menambahkan hasil dari wawancara dengan narasumber lainnya. Untuk memperdalam hasil wawancara tersebut maka penulis juga mewawancarai Manajer Bagian Solusi Teknologi yaitu, Bapak Refi Oktavianto menyatakan bahwa:

“Ancaman terbesar kami saat ini adalah banyaknya muncul jasa titipan yang sejenis atau Kompetitor-kompetitor swasta sehingga hal itu dapat mengakibatkan masyarakat semakin bingung dengan berbagai pilihan. Juga persaingan tarif, masyarakat akan semakin selektif memilih layanan yang akan mereka pilih, juga mereka akan lebih mempertimbangkan tingkat pelayanan dan fasilitas masing-masing perusahaan yang variatif.” Berdasarkan wawancara di atas, sehubungan dengan ancaman yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia penulis perlu menambahkan hasil dari wawancara dengan narasumber lainnya. Untuk memperdalam hasil wawancara tersebut maka penulis juga mewawancarai Manajer Pelayanan *Outlet* dan Operasi Cabang yaitu, Ibu Dewi Retno Oktaviani menyatakan bahwa:

“Persepsi sebagai perusahaan negara, diakuinya, membuat SDM menjadi kurang berjiwa kompetitif. Kemapanan status sebagai pegawai BUMN dan pemain tunggal di bisnis jasa pengiriman surat dan logistik sangat kuat di benak karyawan. Citra seperti itu sangat berdampak negatif terhadap etos kerja pegawai. Dalam mencari dan menangkap berbagai peluang bisnis yang bisa menjadi sumber pendapatan perusahaan, pegawai lebih banyak bersikap menunggu dibandingkan menjemput bola. Tak heran jika jiwa *entrepreneurship* di sini tidak berkembang dengan baik. Hal ini membuat PT. Pos Indonesia menjadi tidak *aware* dan kurang sigap dalam mengantisipasi perkembangan dan persaingan di bisnis sejenis.” Berdasarkan wawancara di atas, sehubungan dengan ancaman yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia penulis perlu menambahkan hasil dari wawancara dengan narasumber lainnya. Untuk memperdalam hasil wawancara tersebut maka penulis juga mewawancarai Manajer Bagian Operasi Kurir yaitu, Bapak Rizki Widi Hutomo menyatakan bahwa:

“Salah satu yang membuat terhambatnya PT Pos Indonesia yaitu adanya masalah pada maskapai-maskapai rekan kerja Pos sehingga mengakibatkan keterlambatan pengiriman barang kepada masyarakat, jika seperti itu masyarakat akan hilang kepercayaan kepada PT Pos dan lebih memilih kompetitor swasta yang lebih tepat waktu.” Dari hasil penelitian penulis ancaman atau hambatan yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia Palangka Raya adalah berkaitan dengan regulasi atau UU karena itu jika PT Pos ingin menetapkan tarif harus minta izin kepada pemerintah untuk tarif-tarif yang berkaitan dengan Pos universal.

Pos Indonesia mengenal layanan Pos universal dan Pos komersial padahal persaingan tarif yang kompetitif dari kompetitor-kompetitor yang ada akan menjadi ancaman bagi eksistensi Pos itu sendiri. Salah satu ancaman atau hambatannya yaitu beberapa layanan Pos juga masih digunakan oleh masyarakat menengah ke atas contohnya seperti *mail online*, dikarenakan terbatasnya jaringan online di masyarakat itulah yang jadi hambatan karena tidak semua orang memiliki jaringan internet.

Ancaman terbesar kami saat ini juga adalah banyaknya muncul jasa titipan yang sejenis atau kompetitor-kompetitor swasta sehingga hal itu dapat mengakibatkan masyarakat semakin bingung dengan berbagai pilihan. Juga persaingan tarif, masyarakat akan semakin selektif memilih layanan yang akan mereka pilih, juga mereka akan lebih mempertimbangkan tingkat pelayanan dan fasilitas masing-masing perusahaan yang variatif.

Salah satu yang membuat terhambatnya PT Pos Indonesia yaitu adanya masalah pada maskapai-maskapai rekan kerja Pos sehingga mengakibatkan keterlambatan pengiriman barang kepada masyarakat, jika seperti itu masyarakat akan hilang kepercayaan kepada PT Pos dan lebih memilih kompetitor swasta yang lebih tepat waktu.

Pembahasan

Analisis SWOT PT. POS Indonesia Kota Palangka Raya

Kekuatan yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia Kota Palangka Raya yaitu luasnya jangkauan yang dimiliki oleh kantor Pos yang ada diseluruh kecamatan kota Palangka Raya. Keunggulan tersebut menjadi kebanggaan bagi PT Pos Indonesia Kota Palangka Raya karena memiliki kantor cabang yang banyak yaitu ada 31 kantor cabang pembantu. PT Pos Persero Indonesia Kota Palangka Raya juga memiliki nama yang baik dan kepercayaan masyarakat, SDM yang memadai, layanan yang berinovatif, teknologi yang cukup memadai, memiliki layanan logistik yang tepat, bagus dan amanah serta memiliki alat dan fasilitas yang canggih dan modern. Hal ini didukung dengan pendapat Menurut Tangkilisan dalam Elizabeth (2021:35), mengemukakan bahwa “daya saing perusahaan adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk membuat dan memformulasikan berbagai macam strategi yang bisa menempatkannya pada suatu posisi yang strategis dan lebih menguntungkan jika dibandingkan dengan industri atau perusahaan yang lainnya”. Sehingga dapat kita ketahui bahwa kekuatan yang dimiliki Kantor Pos Palangka Raya dapat menjadi faktor untuk meningkatkan daya saingnya dari perusahaan sejenis.

Kelemahan yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia yaitu kurang terjangkanya iklan publikasi produk-produk baru yang ada sehingga masyarakat hanya menilai jika pelayanan yang diberikan PT Pos hanya sebatas pengiriman paket saja. Kurang terjangkanya iklan publikasi untuk informasi produk, karena kebanyakan masyarakat Indonesia masih belum paham dengan cara kerja ataupun mekanisme dari produk-produk yang ada dalam PT Pos Indonesia sehingga konsumen enggan dalam menggunakan produk yang telah ada yang telah disediakan oleh PT Pos Indonesia, masih kurang masif dalam melakukan promosi seperti perusahaan sejenis, terutama seperti program gratis ongkos kirim. PT POS Persero Indonesia Kota Palangka Raya perlu menerapkan strategi yang tepat guna mengurangi adanya kelemahan di dalam perusahaan. Hal ini didukung pendapat menurut Philip Kotler dan Keller dalam Hawani Fitrah (2018:16), mengemukakan: “strategi bersaing adalah suatu strategi yang secara mantap memposisikan perusahaan terhadap pesaing dan memberikan keunggulan pesaing bersaing paling besar”.

Peluang yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia Kota Palangka Raya seperti dikembangkannya agen Pos supaya dapat memperluas jaringan Pos sehingga lebih mudah diakses oleh masyarakat, juga pemanfaatan layanan *e-commerce* sehingga menciptakan informasi melalui layanan nirkabel dan media sosial sehingga para kalangan-kalangan muda juga bisa dengan mudah mengetahui informasi produk-produk baru layanan Pos yang ada. Peluang yang dimiliki oleh PT Pos yaitu dimilikinya jaringan kerja sama yang luas sehingga menjanjikan layanan yang cepat dan baik kepada masyarakat sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam menggunakan jasa layanan Pos. Hal ini didukung dengan pendapat Porter dalam Elizabeth (2021:36), “daya saing adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja. Teori ini menyatakan bahwa suatu Negara memperoleh keunggulan daya saing jika industri atau perusahaan yang ada dinegara tersebut kompetitif”. Maka dari pendapat tersebut disimpulkan bahwa PT POS Persero Indonesia Kota Palangka Raya dapat memperoleh keunggulan daya saingnya jika perusahaan yang ada tersebut kompetitif. Hal ini didukung dengan pendapat Menurut A. Halim dalam Sattar (2019:80) “strategi merupakan suatu cara dimana sebuah lembaga atau organisasi akan mencapai tujuan sesuai peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta kemampuan internal dan sumber daya”.

Ancaman yang dimiliki oleh PT Pos Indonesia saat ini adalah banyaknya muncul jasa titipan yang sejenis atau kompetitor-kompetitor swasta sehingga hal itu dapat mengakibatkan masyarakat semakin bingung dengan berbagai pilihan. Juga persaingan tarif, masyarakat akan semakin selektif memilih layanan yang akan mereka pilih, juga mereka akan lebih mempertimbangkan tingkat pelayanan dan fasilitas masing-masing perusahaan yang variatif. Salah satu yang membuat terhambatnya PT Pos Indonesia juga yaitu adanya masalah pada maskapai-maskapai rekan kerja Pos sehingga mengakibatkan keterlambatan pengiriman barang kepada masyarakat, jika seperti itu masyarakat akan hilang kepercayaan kepada PT Pos dan lebih memilih kompetitor swasta yang lebih tepat waktu. Hal ini didukung pendapat Menurut Michael E. Porter dalam Hawani Fitrah (2018:15), mengemukakan: “bahwa strategi bersaing yang efektif meliputi tindakan-tindakan ofensif ataupun defensif guna menciptakan posisi yang aman (*defendable position*) terhadap kelima kekuatan persaingan”.

Tabel 1. Analisis SWOT PT. Pos Indonesia Kota Palangka Raya

Strenght (S)	Weaknesses (W)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Jangkauan yang luas secara nasional dan internasional 2. Nama baik dan kepercayaan masyarakat 3. SDM yang memadai (terlatih dibidangnya) 4. Layanan yang berinovatif 5. Teknologi memadai 6. Bekerja melayani publik baik jasa keuangan, jasa pengiriman, dan distribusi bantuan sosial untuk masyarakat setiap hari 7. Agen POS dan kantor cabang pembantu yang berada diwilayah kecamatan 8. Hadirnya aplikasi berbasis Mobile yang bisa digunakan untuk berbagai macam transaksi pembayaran seperti: pembayaran listrik, air, multifinance, pajak, pembelian pulsa serta TOP Up dompet digital 9. Layanan logistik yang tepat, bagus dan amanah 10. Memiliki alat dan fasilitas yang canggih dan modern. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya sosialisasi sehingga informasi tentang fitur layanan terbaru PT Pos khususnya Palangka Raya belum tersampaikan oleh masyarakat 2. Masih kurang masif dalam melakukan promosi seperti perusahaan sejenis, terutama seperti program gratis ongkos kirim 3. Tidak adanya layanan wifi untuk publik dan ruangan publik belum ada AC 4. Terlalu banyak produk dan tidak fokus 5. Masih ada beberapa sarana dan fasilitas yang belum memadai 6. Dukungan dari pemerinah belum maksimal 7. Masih ada pengiriman paket yang lambat 8. Loketnya banyak, tapi tak semua difungsikan, sehingga sering terjadi antri panjang.
Opportunity (O)	Threats (T)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan agen Pos untuk memperluas jaringan Pos 2. Layanan berbasis <i>E-Commerce</i> 3. Menjadi <i>one stop payment</i> terengkap 4. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana penginformasia produk 5. Tarif PT Pos lebih murah dari perusahaan swasta sejenis 6. Layanan kerja sama yang luas sampai ke luar negeri 7. Kegiatan bisnis yang semakin luas 8. Situasi keamanan PT Pos Indonesia Kota Palangka Raya yang sangat kondusif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Regulasi atau UU penetapan tarif 2. Jumlah competitor yang meningkat 3. Persaingan tarif, tingkat pelayanan dan fasilitas yang dilakukan oleh pesaing terhadap pelanggan 4. Transportasi yang bermasalah mengakibatkan keterlambatan dalam processing barang 5. Persepsi sebagai perusahaan negara, membuat SDM menjadi kurang berjiwa kompetitif. 6. Pertumbuhan perbankan 7. Terbukanya bagi pemodal asing untuk BUMN

Sumber : Data Diolah Oleh Peneliti Tahun 2024

Strategi PT POS Dalam Meningkatkan Daya Saing Berdasarkan Analisis SWOT.

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh, adapun Matriks SWOT pada PT pos Persero Indonesia Di Kota Palangka Raya sebagai berikut:

Tabel 2. Matriks SWOT PT. Pos Indonesia Kota Palangka Raya

Strategi(S-O)	Strategi(W-O)
<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pemasaran layanan logistik dengan tarif yang lebih murah dengan • Pemanfaatan media sosial agar meningkatkan pangsa pasar yang luas • Meningkatkan jaringan kerja sama yang lebih luas di luar negeri untuk menarik kepercayaan masyarakat • Meningkatkan kualitas pelayanan • Promosi dan <i>brand image</i> untuk masyarakat Kota Palangka Raya 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan kerjasama dengan pemerintah daerah • Pelatihan kemampuan kinerja bagi SDM Kantor Pos Palangka Raya • Lebih aktif dan kreatif dalam melakukan promosi produk daripada perusahaan sejenis • Meningkatkan soft skill bagi pegawai
Strategi(S-T)	Strategi(W-T)
<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan strategi pelayanan untuk menghadapi persaingan • Mengkomunikasikan dengan baik terkait pelayanan jasa Pos • <i>Tracking system</i> perlu <i>dimaintenance</i> secara berkala • Melakukan inovasi baru yang berbeda dengan kompetitor lainnya • Meningkatkan jangkauan dengan harga yang relatif rendah 	<ul style="list-style-type: none"> • Perbaiki kualitas sarana dan prasarana • Melakukan strategi promosi dengan menggunakan media interent maupun elektronik lainnya • Mengadakan job training pada SDM agar dapat bersaing dalam tingkat pelayanan • Pemberian informasi yang berkala agar masyarakat tidak beralih ke kompetitor yang lain

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti Tahun 2024

4. Kesimpulan

Berdasarkan matriks SWOT dilihat dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis PT Pos Persero Indonesia Kota Palangka Raya didapatkan posisi bisnis berada pada bisnis yang dapat menerapkan strategi WO yaitu Peningkatan kerjasama dengan pemerintah daerah, Pelatihan kemampuan kinerja bagi SDM Kantor Pos Palangka Raya, Lebih aktif dan kreatif dalam melakukan promosi produk daripada perusahaan sejenis, Meningkatkan *soft skill* bagi pegawai.

5. Daftar Pustaka

- Andriany, D. (2022). *Strategi Bertahan Hotel Mersi Bukittinggi Dimasa Pandemi Covid-19*. Sumatera Barat: Aulia, N. (2021). *Studi Komparatif Strategi Peningkatan Layanan dan Kepercayaan Konsumen Antara Jasa Pengiriman Barang JNE dan J&T di Kota Palangka Raya*. Palangka Raya.
- Clarisa, D. (2022). *Strategi Pelayanan Jasa Pengiriman PT. POS Indonesia (Persero) Cabang Kota Makasar*. Makasar:
- Halawa, E. (2021). Analisis SWOT sebagai Dasar perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi Kasus pada Dasom Beauty & Me Nail Surabaya). *Benchmark Vol.1 (no 2)*, 59.
- Husnan, S. &. (2019). peran Industry rumah tangga (home industry) pada usaha kerupuk terigu terhadap pendapatan keluarga di kecamatan sakra kabupaten lombok timur. *Jurnal manajemen dan ilmu pendidikan, Vol.1 (no1)*.
- Jayanti, G. D. (2019). *Analisis SWOT Untuk Mengetahui Positioning Perusahaan Dalam Menentukan Strategi Perusahaan Pada UD, Mahkota Gempol*. Surabaya.
- Ladiku, A. T. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM)*. Manado.
- Lestari, A. N. (2020). *Manajemen Strategik Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing di KB PAUD Insan Cendekia*. Purwokerto:

- Maghfira Fitria Sahara, S. (2022). Strategi Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Minat Pembeli Pada Toko Gadis Cakes Manna Bengkulu Selatan. *Multi Disiplin Dehasen (MUDE)*, 553-560.
- Mashuri & Dwi, N. (2020). Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing (studi pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru. *Jurnal perbankan syariah, Vol.1(no.1)*, 100.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologo Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurlita, F. I. (2020). *ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA KERAJINAN SAPU GLAGAH. PURWOKERTO*.
- Setiawan, I. H. (2022). *Analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing produk (CV.JENANG MUBAROK KUDUS)*. Unggaran.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV.Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV.Alfabeta.
- Sulasih. (2019). Implementasi Matrik EFE, Matrik IFE, Matrik SWOT dan QPSM untuk menentukan alternatif strategi guna meningkatkan keunggulan kompetitif bagi usaha produksi kelompok buruh pembatik di Keser Notog Ptikraja Banyumas. *Juena E-Bisnis Vol.3 (no1)*.
- Sumarni, M. (2022). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan DayaSaing UMKM di Kota Langsa. *IHTIYATH Jurnal Manajemen Keuangan Syariah, 3*.
- Wurarah, E. M. (2021). *Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing PT. POS (Persero) Indonesia di Kota Makassar* . Makassar: <http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/17755/>.
- Top Brand Award. Jasa Kurir 2021, diakses melalui <https://www.topbrand-award.com/en/2021/07/jasa-kurir-2021/> pada tanggal 26 Oktober 2023.
- Top Brand Award. Jasa Kurir 2022, diakses melalui <https://www.topbrand-award.com/en/2022/07/jasa-kurir-2022/> pada tanggal 26 Oktober 2023.
- Top Brand Award. Jasa Kurir 2023, diakses melalui <https://www.topbrand-award.com/en/2023/07/jasa-kurir-2023/> pada tanggal 26 Oktober 2023