

STRATEGI BERSAING JASA PENGIRIMAN PAKET DI KANTOR POS SITUJUAH BANDA DALAM KECAMATAN SITUJUAH LIMO NAGARI KABUPATEN LIMA PULUH KOTA

Delfela Jasman¹, Yuwarman Mansur²

^{1,2}Universitas Islam Negri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Email: delfelajasman189@gmail.com¹, mansuryuwarman@gmail.com²

Abstrak: Penelitian dilatarbelakangi dengan banyaknya persaingan perusahaan jasa dalam bidang pengiriman paket terutama dengan kantor pos yang merupakan badan usaha milik negara. Penelitian ini dilakukan di kantor Pos Situjuah Limo Nagari yang berada Situjuah Banda Dalam. Maka dalam menghadapi persaingan ini Kantor Pos Situjuah Banda Dalam menggunakan strategi bersaing Michael Porter Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pengiriman paket di kantor pos Situjuah Banda Dalam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini mengungkapkan bagaimana kantor pos Situjuah Banda Dalam tetap bertahan dan bersaing di antara banyaknya perusahaan-perusahaan jasa sejenis yang bermunculan. data ini diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pimpinan kantor pos Cabang Situjuah Limo Nagari.

Kata kunci: Strategi Bersaing, Michael Porter.

***Abstract:** This research is motivated by the intense competition between service companies in the parcel delivery sector, particularly with post office, which are state owned enterprises. This research was conducted at the Situjuah Limo Nagari Post office in Situjuah Banda Dalam Post Office employs Michael Porter's competitive strategies. The aim of this research is to find out the package delivery strategy at the Situjuah Banda Dalam pos office. This study employed qualitative methods. It explores how the Situjuah Banda Dalam Post office remains resilient and competitive among the numerous similar service companies that have emerged. Data were obtained through in depth interviews, observations, and documentation with the management of the Situjuah Limo Nagari Post Office Branch.*

***Keywords:** Competitive Strategy, Michael Porter.*

PENDAHULUAN

Sejarah menunjukkan bahwa manusia sebagai makhluk sosial selalu terlibat dalam berbagai aktivitas ekonomi guna memenuhi berbagai kebutuhannya. Kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terkait barang dan jasa disebut bisnis. Bisnis memainkan peranan yang paling penting dalam kehidupan sosial. Hampir semua individu berpartisipasi di dalamnya. Pada dasarnya bisnis berfungsi sebagai sarana bagi manusia untuk saling memenuhi hasrat dan kebutuhan mereka. Bisnis merujuk pada segala tindakan manusia

untuk memuaskan kebutuhan hidup yang meliputi aktivitas produksi, distribusi, konsumsi, dan perdagangan, baik itu dalam bentuk barang atau jasa

Bisnis akan selalu terikat dengan yang namanya kompetisi. Istilah kompetisi berasal dari kata dalam bahasa Inggris, yaitu *competition*, yang merujuk pada persaingan atau aktivitas bersaing, termasuk perlombaan dan kontes. Dalam konteks bisnis, persaingan adalah usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk meraih kemenangan dan memperoleh posisi yang paling optimal dengan tujuan untuk mendapatkan profit dalam dunia bisnis. Perusahaan atau bisnis harus mampu menerapkan taktik yang sejalan dengan situasi terkini, sehingga penting bagi perusahaan untuk menganalisis berbagai elemen yang ada dalam lingkungan perusahaan. Elemen-elemen tersebut bisa berupa kekuatan, kelemahan dan faktor-faktor lain yang mungkin ada diluar perusahaan yang dapat menjadi peluang atau ancaman bagi pertumbuhan bisnis. Pelaku bisnis perlu merancang strategi-strategi yang baik untuk melakukan transaksi dengan produk atau layanan mereka serta untuk memenangkan persaingan. Strategi berfungsi sebagai alat utama dalam bersaing yang seharusnya dimiliki oleh perusahaan, dan dalam pelaksanaannya membutuhkan perencanaan yang matang, koordinasi, pengawasan, dan evaluasi yang tepat agar mampu menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

PT Pos Indonesia mesti menghadapi persaingan. PT Pos Indonesia ialah syarikat perkhidmatan tertua di Indonesia, beroperasi di seluruh negara. Pada 26 Ogos 1746, Gabenor Jeneral G.W. Baron van Imhoff menubuhkan Pejabat Pos pertama di Batavia (kini Jakarta). Matlamatnya adalah untuk melindungi surat orang dengan lebih baik, terutamanya yang berdagang dari pejabat di luar Jawa dan mereka yang datang dan pergi ke Belanda. Sejak penubuhannya, perkhidmatan pos telah melaksanakan tugas dan tanggungjawab perkhidmatan awam. Pejabat Pos Batavia ditubuhkan empat tahun kemudian, dan Pejabat Pos Semarang empat tahun kemudian untuk memudahkan komunikasi pos tetap antara kedua-dua lokasi dan untuk meningkatkan kelajuan penghantaran. Pada masa itu, laluan pos melalui Karawang, Cirebon, dan Pekalongan.

PT Pos Indonesia yang sebelum ini menjadi pilihan utama penghantaran surat atau barangan kini terasa terpinggir dan tidak mampu bersaing dengan banyak syarikat saingan dalam bidang penghantaran barang. Saat ini PT pos Indonesia menghadapi berbagai pesaing seperti JNT, AWR, SICEPAT dan banyak perusahaan jasa swasta lainnya yang bisa dikatakan telah merebut posisi PT pos Indonesia sebagai penyedia layanan pengiriman surat dan paket.

Masyarakat mulai beralih ke perusahaan swasta karena mereka menawarkan harga pengiriman yang lebih murah dibandingkan dengan tarif di kantor pos.

Kantor pos perlu berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perubahan di pasar agar tetap bisa bersaing. Dengan banyaknya pelaku bisnis dalam sektor yang sama yang menawarkan berbagai layanan dan tarif, tentunya memberikan lebih banyak pilihan bagi konsumen untuk memilih perusahaan yang memberikan pelayanan terbaik dengan harga yang wajar. Sebuah perusahaan atau usaha harus mampu menerapkan strategi yang sesuai dengan kondisi yang ada, oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk menganalisis faktor-faktor yang terlibat. Dalam konteks ini pelaku bisnis perlu merumuskan strategi yang tepat untuk memasarkan produk atau jasanya serta mengungguli kompetisi. Syarikat mesti mempunyai strategi, yang memerlukan perancangan, penyelarasan, pemantauan dan penilaian yang betul untuk memberikan kelebihan daya saing.

Porter menyatakan bahawa terdapat dua sebab utama untuk menentukan strategi persaingan syarikat. Yang pertama ialah daya tarikan industri, seperti yang ditunjukkan oleh keuntungan jangka panjangnya. Yang kedua ialah analisis terhadap pelbagai faktor yang akan menentukan kedudukan daya saing sesebuah syarikat dalam industri.

Tabel 1

Data perkembangan jumlah transaksi pada kantor pos Situjuah Limo Nagari tahun 2019-2024

Tahun	Jumlah Transaksi	%
2019	635	-
2020	521	(17,95)
2021	512	(1,72)
2022	490	(4,29)
2023	483	(1,42)
2024	472	(2,33)

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa telah terjadi penurunan jumlah transaksi pengiriman paket atau barang di kantor pos Situjuah banda banda dalam dalam lima tahun terakhir ini. Melihat kondisi tersebut ,bagaimana kantor pos menyikapi persaingan dengan jasa pengiriman lain JNT,AWR, dan lain sebagainya, apakah dengan adanya jasa pengiriman baru yang terus berkembang, kantor pos merasa tersaingi.

KAJIAN PUSTAKA**Strategi Bersaing**

Strategi bisa diartikan sebagai usaha individu atau suatu organisasi untuk merancang suatu rencana guna mencapai tujuan yang di inginkan. Dengan kata lain strategi adalah keterampilan seseorang atau suatu perusahaan dalam memanfaatkan kemampuan dan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan layanan dengan metode yang lebih efektif dan efisien demi mendapatkan keuntungan dan kepercayaan. Strategi merupakan pengetahuan tentang perencanaan dan penetapan arah dari operasi bisnis berskala besar, dengan menggerakkan semua sumber syarikat ke arah yang benar-benar memberi manfaat kepada syarikat.

Untuk mengekalkan dan mengukuhkan kedudukan mereka dalam industri, syarikat boleh menggunakan strategi kompetitif, iaitu rancangan yang menggabungkan dasar syarikat dan objektif utama untuk meningkatkan kedudukan daya saing produk dan perkhidmatan.

Memperbaiki strategi persaingan bermakna membangunkan kaedah berdaya saing terhadap pesaing, proses mencapai matlamat syarikat, dan meningkatkan kekuatan dan prestasinya dalam industri. Strategi daya saing ialah corak atau rancangan yang menyepadukan objektif utama syarikat dengan dasar yang tertumpu pada meningkatkan kedudukan daya saing produk dan perkhidmatan syarikat dalam industri.

Mengenal pasti dan menilai pesaing utama dan menilai objektif, strategi, kekuatan dan kelemahan mereka adalah sebahagian daripada strategi persaingan yang berkesan.

Jasa Layana Pengiriman

Defenisi pengiriman merujuk pada proses mendistribusikan barang dan layanan dari produsen kepada konsumen. Pengiriman berfungsi sebagai strategi pemasaran yang mendukung penyaluran produk dari produsen ke konsumen. Layanan pengiriman barang adalah sebuah usaha yang berfokus pada bisnis pengiriman barang, dimana pengiriman tersebut menggunakan berbagai jalur seperti darat, udara, laut, serta memberikan layanan yang efektif dan efisien untuk memenuhi kepuasan pelanggan yang ingin mengirim barang. Pelayanan dalam jasa pengiriman merupakan aktivitas dilakukan oleh individu dengan tujuan memberikan layanan terbaik kepada konsumen secara efisien dan efektif. Secara keseluruhan, layanan pengiriman barang atau jasa ekspedisi sangatlah penting karena sangat dibutuhkan terutama di Indonesia karena Indonesia terdiri dari banyak pulau.

Pelayanan pada jasa pengiriman barang menurut Moenir adalah suatu pelayanan yang

dilakukan oleh perorangan atau kelompok yang memiliki prinsip pada faktor material melalui suatu sistem, prosedur dan juga metode yang digunakan untuk memenuhi keinginan dari konsumen. Dengan demikian, pelayanan pada jasa pengiriman merupakan suatu aktifitas yang dilakukan baik itu perorangan ataupun kelompok yang bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen secara maksimal dengan efisien dan efektif.

Strategi Generik Porter

Dengan menggunakan strategi generik, syarikat boleh memperoleh kelebihan yang berbeza berbanding pesaingnya. Ini benar dalam industri tertentu, di mana syarikat boleh mencapai keuntungan yang tinggi, manakala dalam industri lain, kejayaan menggunakan strategi generik hanya boleh dicapai dengan mencapai keuntungan yang munasabah secara mutlak.

Menurut Michael E. Porter, tiga teras teori yang boleh membantu syarikat memperoleh kelebihan daya saing ialah kepimpinan kos, pembezaan dan strategi fokus. E. Porter memanggil tiga strategi umum ini atau strategi generik. Strategi generik kos rendah menekankan pengeluaran produk standard pada kos seunit yang sangat rendah untuk pelanggan yang sensitif terhadap perubahan harga. Strategi generik pembezaan ialah usaha syarikat untuk mencipta produk yang berbeza dengan ciri unik untuk menarik lebih ramai pelanggan. Dan strategi generik fokus ialah mencipta produk dan perkhidmatan yang memenuhi keperluan sekumpulan kecil pengguna.

1. Strategi kos rendah menekankan pengeluaran produk piawai dalam semua aspek pada kos seunit yang sangat rendah. Syarikat yang berjaya dalam pengeluaran kos rendah boleh memanfaatkan kelebihan kos mereka untuk mengenakan harga yang lebih rendah daripada pesaing mereka.
2. Strategi pembezaan ini digunakan untuk menunjukkan bahawa produk atau perkhidmatan adalah unik, dengan itu menarik perhatian pelanggan. Mereka juga menganggap produk sebagai lebih baik daripada produk pesaing.
3. Strategi ini memusatkan perhatian perusahaan hanya pada beberapa pasar yang spesifik. Strategi fokus dirancang untuk memenuhi kebutuhan target tertentu dengan lebih efektif. Konsep dari strategi ini adalah bahwa kebutuhan kelompok akan lebih terpenuhi dan mereka akan menerima layanan yang baik jika perusahaan hanya berkonsentrasi pada kelompok tersebut.

METODE PENELITIAN

Penyelidikan ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk pengumpulan maklumat, menekankan pengumpulan data melalui perbincangan dan interaksi terbuka. Matlamat penyelidikan kualitatif adalah untuk memberikan gambaran atau penerangan yang lebih mendalam tentang sesuatu fenomena atau situasi melalui pengumpulan dan analisis data, bersama-sama dengan teori yang dibincangkan. Penyelidikan deskriptif ialah sejenis penyelidikan yang mana subjek atau objek kajian diterangkan secara mendalam.

Lokasi penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu kantor pos yang berada di Situjuh Banda Dalam Kecamatan Situjuh Limo Nagari Kabupaten Lima Puluh Kota. penelitian ini akan dilakukan sampai skripsi ini disidangkan bulan Agustus.

Data kualitatif merupakan jenis maklumat yang digunakan dalam kajian ini. Data kualitatif ialah maklumat yang disampaikan dalam bentuk bertulis yang bermakna, bukan dalam angka. Data yang digunakan dalam kajian ini adalah data primer iaitu maklumat yang dikumpul secara langsung daripada subjek kajian dan objektif kajian seperti temu bual. Data primer dalam kajian ini datang daripada hasil soalan berstruktur yang dijalankan melalui temu bual tentang surat dan bungkusan yang terdapat di Pejabat Pos Situjuh Limo Nagari. Data sekunder berasal daripada data yang dikumpul atau disusun oleh kajian lain. Sumber data sekunder bagi penyelidikan ini adalah daripada buku dan literatur perpustakaan, serta sumber lain yang berkaitan dengan tajuk tesis ini..

Dalam kajian ini, penyelidik memerhati pengguna secara langsung di pejabat pos, kaedah pengumpulan data pemerhatian. Pengkaji juga menjalankan temu bual untuk mendapatkan data atau maklumat yang diperlukan untuk kajian daripada individu yang berkaitan dan untuk memahami peristiwa supaya interaksi antara soalan dan jawapan dapat dikaji secara langsung dalam konteks peristiwa yang saling berkaitan. Soalan terbuka dijadikan sebagai salah satu panduan temu bual yang digunakan. Penyelidik menemu bual pejabat pos secara langsung untuk mengetahui kelebihan daya saing dan ancaman daripada pesaing baharu.

Kajian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif, yang terdiri daripada tiga peringkat: pengurangan data, pembentangan data, dan membuat kesimpulan. Satu langkah dalam proses pemilihan ialah pengurangan data, yang memfokuskan pada memudahkan, mengabstraksi dan mengubah data tidak diproses yang diambil daripada nota lapangan. Proses ini dijalankan sepanjang penyelidikan. Pengumpulan dan penyusunan maklumat untuk

membantu membuat keputusan dan membuat kesimpulan dikenali sebagai pembentangan. Data yang telah diringkaskan sebelum ini akan digunakan untuk membuat kesimpulan, yang akan dipadankan dengan nota dan pemerhatian semasa penyelidikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di kantor pos Situjuah Banda maka penulis akan mengemukakan hasil penelitian tentang “Strategi Bersaing Jasa Pengiriman Paket di Kantor Pos Situjuah Banda Dalam Kecamatan Situjuah Limo Nagari Kabupaten Lima Puluh Kota” Melalui penelitian ini akan dieksplorasi sejauh mana peran strategi generik michael porter di kantor pos.

Persaingan yang sangat sengit memaksa setiap penyedia layanan pengiriman termasuk kantor pos untuk melaksanakan strategi yang efisien agar tetap relevan. Meskipun setiap penyedia layanan pengiriman memiliki kelebihan tersendiri kantor pos masih mampu bersaing dengan terus meningkatkan layanan yang memenuhi permintaan pasar. Namun kehadiran beragam layanan pengiriman lainnya jelas memiliki dampak pada kegiatan pengiriman di kantor pos sebagaimana yang dikatakan oleh bapak Yulhendri: *“Dengan adanya jasa pengiriman lain memang adanya pengaruh dalam pengiriman di kantor pos”*.

a. Strategi Biaya Rendah

Dalam bidang usaha pengiriman pendekatan biaya rendah sangat penting untuk bersaing di pasar yang semakin padat. Perusahaan berusaha mengurangi biaya operasional dan mengoptimalkan rute pengiriman. Mereka dapat memberikan tarif pengiriman yang lebih bersaing tanpa mengorbankan kualitas, yang memungkinkan usaha pengiriman untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan. Untuk menghadapi semakin ketatnya kondisi persaingan. Berbagai cara promosi perlu diimplementasikan agar tetap menarik perhatian pelanggan. Salah satu langkah yang diambil oleh kantor pos adalah menawarkan potongan harga atau diskon pengiriman pada waktu-waktu tertentu.

Seperti yang dikatakan bapak Yulhendri saat wawancara: *“Dalam menghadapi hal-hal yang demikian kantor pos dalam waktu-waktu tertentu kantor pos memberikan diskon pengiriman sebanyak 10 sampai 15% dari biaya yang harus dikeluarkan”* Dengan pemberian diskon sebesar 10 hingga 15 %, kantor pos berharap dapat mempertahankan loyalitas pelanggan sekaligus menarik pengguna baru. Strategi ini tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga menjadi bentuk baru dalam bisnis pengiriman.

Strategi ini memperkuat daya saing pos Indonesia ditengah persaingan industri logistik yang ketat.

Dalam usaha meningkatkan efektifitas operasional, kantor pos menerapkan metode pengelolaan biaya biayaya yang minim berdasarkan cost benefit analysis. Pendekatan ini dirancang untuk menciptakan keseimbangan antara volume pengiriman logistik yang tinggi dan pengeluaran yang terjadi, agar keuntungan dapat dimaksimalkan sambil mempertahankan kelangsungan layanan. Dengan melakukan penilaian secara berkala terhadap biaya pengiriman dan efektivitas proses kantor pos dapat menetapkan tarif layanan yang bersaing tanpa mengurangi standar kualitas. Pendekatan biaya rendah yang berlandaskan cost benefit analysis menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi tantangan logistik yang selalu berubah

Dalam rangka meningkatkan layanan serta mendukung pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM), kantor pos menerapkan strategi biaya rendah yang dirancang khusus untuk menjalin kemitraan dengan para pemilik usaha, terutama yang bergerak di bidang kuliner khas daerah.seperti yang dikatakan oleh bapak Yulhendri *“Dimana kantor pos bekerjasama dengan umkm dan para pemilik usaha, kebanyakan usaha makanan khas minangkabau, kantor pos memberikan harga khusus dan diskon kepada pelaku usaha tersebut”*. Diketahui bahwa strategi biaya rendah ini diwujudkan melaui pemberian harga khusus serta diskon kepada UMKM yang menjual produk makanan khas minangkabau. Kerjasama ini tidak hanya memberikan keuntungan bagi para pelaku usaha dalam hal pengurangan biaya pengiriman, tetapi juga membantu kantor pos dalam memperluas jaringan dan meningkatkan volume pengiriman. Strategi diskon yang diterapkan oleh kantor pos dapat menjadi instrumen efektif untuk mendorong pertumbuhan pasar sekaligus menjaga kesehatan finansial perusahaan

Dalam menghadapi kompetisi yang sengit terutama terkait dengan dengan promosi harga yang dilakukan oleh kompetitor, kantor pos menerapkan pendekatan biaya rendah yang tidak hanya menitikberatkan pada tawaran harga nilai tambahan lainnya. Di ranah bisnis layanan pengiriman yang semakin berkompetisi, perusahaan dituntut untuk bersaing tidak hanya dalam aspek harga tetapi juga dalam mutu layanan.

b. Strategi Diferensiasi

Strategi membedakan diri adalah langkah yang diambil oleh perusahaan untuk

memberikan keunikan atau nilai lebih yang menjadikan layanan atau produk mereka berbeda dari para pesaing. Kantor pos menerapkan pendekatan ini dengan menonjolkan batasan layanan seperti keandalan waktu pengiriman, jaminan keamanan untuk barang, dan pemberian asuransi untuk paket yang dikirim. Dalam sektor jasa pengiriman, konsumen semakin mencari layanan yang tidak hanya cepat tetapi juga efisien dan dapat diandalkan untuk memenuhi tuntutan tersebut, sehingga penyedia layanan harus mampu menunjukkan keunggulan yang sesuai dan dapat bersaing. Dalam upaya mempertahankan daya saing di tengah persaingan industri jasa pengiriman yang semakin ketat, kantor pos menerapkan berbagai strategi diferensiasi guna menarik dan mempertahankan pelanggan.

Salah satu strategi yang diungkapkan dalam hasil wawancara dengan pihak kantor pos adalah penyediaan layanan khusus yang membedakan mereka dari kompetitor. Hasil wawancara dengan bapak Yulhendri: *“Kantor pos memiliki layanan khusus seperti pos ekspres, pos kilat khusus dan semua barang kiriman diasuransikan”. “Yang membedakan layanan di kantor pos dengan layanan di ekspedisi lain yaitu kantor pos memiliki layanan pos ekspres yang mana layanan ini menawarkan paket anda sampai lebih cepat, kantor pos juga menawarkan layanan antar jemput paket”. “Selain itu juga kantor pos juga mempunyai layanan tambahan seperti asuransi, dan pengemasan khusus”*.

Dengan menawarkan pelayanan yang cepat dan mudah seperti pengiriman ekspres dan layanan antar jemput, Pt pos Indonesia menegaskan dedikasinya dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Ini merupakan bagian dari rencana perusahaan untuk tetap beradaptasi dan unggul di tengah persaingan dalam industri pengiriman. Untuk menjaga keberadaannya di tengah ketatnya persaingan dalam sektor pengiriman, kantor pos terus berinovasi dengan strategi diferensiasi

kantor pos juga menjalankan peran penting sebagai penyalur logistik sosial. Mereka terlibat langsung dalam distribusi bantuan pemerintah seperti sembako, bantuan langsung tunai (BLT), dan berbagai program bantuan lainnya yang ditujukan bagi masyarakat kurang mampu. Hasil wawancara: *“kantor pos juga menjadi penyalur logistik sosial seperti, pembagian sembako atau blt atau bantuan yang diberikan pemerintah pada masyarakat miskin”* Kantor pos berhasil memposisikan diri tidak hanya sebagai

penyedia jasa logistik tetapi juga sebagai mitra pemerintah dalam mendukung program-program kesejahteraan

c. Strategi Fokus

Strategii fokus merupakan salah satu metode dalam manajemen strategis yang menekankan peningkatan layanan untuk kelompok tertentu. Dalam hal ini perhatian diberikan pada pengiriman barang yang membutuhkan jaminan keselamatan, serta kecepatan dalam waktu pengantaran sampai ke penerima.

Strategi fokus adalah salah satu pendekatan dalam manajemen strategi yang menekankan pada penyempurnaan layanan untuk segmen tertentu. Dalam konteks ini, fokus diarahkan pada pengiriman barang yang memerlukan jaminan keamanan, serta kecepatan pada waktu tempuh untuk sampai ke penerima. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan penulis, pihak kantor pos Situjuah mengatakan: *“Ya tugas di kantor pos memang tidak hanya melayani jasa pengiriman barang/paket tapi kami juga melayani banyak hal seperti pembayaran tagihan listrik, air, wifi, uang pensiunan dan masih banyak lagi”*. *“Dan yang kami fokuskan dalam pengiriman barang atau paket yaitu pada keamanan dan kecepatan barang sampai pada tujuan. Dalam menjamin barang selamat sampai pada tujuan kantor pos juga memberikan asuransi pada barang kiriman tersebut*.

Kantor pos menyediakan berbagai layanan pengiriman khusus seperti pos ekspres dan pos kilat khusus yang ditujukan untuk memenuhi permintaan pelanggan akan kecepatan dan ketepatan waktu dalam pengiriman. Layanan pos ekspres diperuntukkan bagi pengiriman yang memerlukan waktu yang sangat singkat, sedangkan pos kilat khusus memberikan opsi pengiriman yang lebih cepat dibandingkan dengan standar tetapi tetap terjangkau.

Selain itu, seluruh barang yang dikirim melalui kantor pos secara otomatis diasuransikan, memberikan rasa aman dan jaminan bagi pelanggan terhadap risiko kehilangan atau kerusakan barang. Kombinasi antara kecepatan layanan dan jaminan keamanan ini menjadi nilai tambah yang tidak selalu ditawarkan oleh perusahaan pengiriman lainnya. Hasil wawancara: *“Selain itu juga kantor pos juga mempunyai layanan tambahan seperti asuransi, dan pengemasan khusus”*. *“Kantor pos memiliki layanan khusus seperti pos ekspres, pos kilat khusus dan semua barang kiriman diasuransikan”*. *“Kantor pos juga melayani pengiriman dokumen dokumen penting dan*

juga barang pecah belah, dalam mengirim dokumen penting kami memberikan jaminan asuransi dalam menjamin keamanannya''

Dalam hal ini layanan pos menekankan pada perlindungan yang dijamin dengan menawarkan asuransi, sehingga pelanggan merasa lebih nyaman saat mengirimkan barang atau dokumen yang bernilai tinggi. Untuk meningkatkan layanan dan mempertahankan kepercayaan pelanggan, layanan pos menerapkan pendekatan khusus dalam menangani barang-barang yang sensitif dan bernilai tinggi. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan yang mempercayakan pengiriman barang berharga mereka melalui layanan pos.

Pembahasan

“Strategi Bersaing Jasa Pengiriman Paket Di Kantor Pos Situjuah Banda Dalam Kecamatan Situjuah Limo Nagari Kabupaten Lima Puluh Kota”

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan mewawancarai pimpinan kantor pos Situjuah, bahwasannya strategi bersaing jasa pengiriman paket di kantor pos menggunakan strategi Generik Michael Porter.

a. Strategi Biaya Rendah

Dalam bisnis jasa pengiriman, strategi biaya rendah sangat penting untuk memenangkan persaingan pasar. Salah satu upaya yang dilakukan oleh kantor pos adalah dengan memberikan potongan harga atau diskon pengiriman sebesar 10-15 % pada waktu waktu tertentu, seperti saat bulan ramadhan, lebaran serta saat ujian tes cpns. Dengan memberikan potongan atau diskon ini, kantor pos dapat mempertahankan loyalitas pelanggan sekaligus menarik pengguna baru. Strategi ini tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga menjadi bentuk baru dalam bisnis pengiriman. Kantor pos juga menerapkan strategi biaya rendah yang dirancang khusus untuk menjalin kemitraan dengan para pemilik usaha kecil menengah (UMKM). Kantor pos memberikan harga khusus serta diskon kepada pelaku umkm tersebut. Kerjasama ini tidak hanya memberikan keuntungan bagi pelaku usaha tersebut tetapi juga membantu kantor pos dalam memperluas jaringan dan meningkatkan volume pengiriman. Kerjasama antara kantor pos dan pelaku umkm ini juga memperkuat peran kantor pos sebagai mitra pembangunan ekonomi lokal serta pertumbuhan ekonomi daerah dapat berjalan seiring

dengan peningkatan kinerja perusahaan.

Dalam usaha untuk mengelola pengeluaran dengan lebih baik, kantor pos menerapkan pendekatan pengelolaan biaya yang hemat yang didasarkan pada cost benefit analysis, yaitu dengan melakukan evaluasi secara berkala terhadap biaya pengiriman dan keefisienan proses. Dengan menganalisis secara teliti antara pengeluaran yang diperlukan dan manfaat serta jumlah kiriman yang diterima, kantor pos dapat menetapkan kebijakan harga dan operasional yang tetap bersaing tanpa mengorbankan kualitas dengan cara ini kantor pos dapat menentukan tarif layanan yang kompetitif tanpa mengorbankan mutu. Penggabungan antara potongan harga, kolaborasi dengan umkm dan pengelolaan pengeluaran yang bijak menjadi strategi utama kantor pos dalam menjaga daya saing melalui pendekatan biaya yang rendah.

b. Strategi Diferensiasi

Dalam usaha untuk tetap bersaing di tengah ketatnya persaingan dalam industri pengiriman, kantor pos menerapkan berbagai strategi unik untuk menarik dan menjaga pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, strategi diferensiasi yang diterapkan oleh kantor pos dalam menghadapi persaingan industri pengiriman, yaitu dengan menawarkan berbagai layanan unggulan yang memiliki karakteristik dan tujuan berbeda. Salah satu layanan pengiriman yang mengutamakan kecepatan dan ketepatan waktu dalam pengiriman dokumen maupun barang, sangat cocok bagi pelanggan yang membutuhkan pengiriman dalam waktu singkat.

Selain itu, pos kilat khusus juga menjadi alternatif dengan harga yang lebih ekonomis namun tetap memberikan jaminan kecepatan dan keamanan. Kantor pos juga berperan aktif dalam mendukung program-program pemerintah melalui layanan penyalur logistik sosial, yaitu distribusi bantuan sosial kepada masyarakat yang kurang mampu, termasuk program bantuan sembako dan bantuan tunai langsung. Layanan ini tidak hanya menunjukkan bahwa kantor pos mampu bersaing dengan perusahaan ekspedisi lainnya dari sisi kecepatan dan layanan, tetapi juga menegaskan bahwa kantor pos memiliki nilai tambah dalam bentuk peran sosial yang tidak dimiliki oleh banyak pesaing swasta.

Dengan menghadirkan layanan pengiriman yang cepat dan aman seperti pos ekspres, serta penyalur logistik sosial kantor pos menunjukkan komitmennya dalam

meningkatkan kualitas layanan. Hal ini menjadi bagian dari strategi perusahaan relevan dan tetap unggul di tengah persaingan pasar jasa pengiriman. Strategi diferensiasi ini menjadi kunci dalam menjaga relevansi dan memperluas jangkauan layanan, khususnya ditengah persaingan dengan perusahaan ekspedisi swasta yang terus berkembang.

c. Strategi Fokus

Strategi fokus adalah pendekatan yang ampuh bagi perusahaan atau organisasi seperti kantor pos untuk menciptakan keunggulan di dalam pasar tertentu. Di tengah meningkatnya persaingan dalam layanan pengiriman terutama dengan kemunculan berbagai layanan ekspedisi swasta dan pengiriman digital. Kantor pos menyadari bahwa kepercayaan dari pelanggan adalah elemen penting, oleh karena itu untuk memastikan keamanan barang menjadi hal utama yang harus diperhatikan. Dalam rangka meningkatkan daya saing kantor pos menerapkan strategi fokus ini dengan mengedepankan layanan yang cepat, aman dan terjamin.

Berdasarkan wawancara yang telah penulis lakukan, diketahui bahwa pelayanan yang difokuskan oleh kantor pos saat ini adalah pengiriman barang yang menitikberatkan pada aspek keamanan, kecepatan, dan jaminan layanan. Fokus ini diambil sebagai bentuk respon terhadap kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi terhadap jasa pengiriman yang tidak hanya cepat sampai, tetapi juga menjamin keselamatan isi kiriman hingga sampai ke tangan penerima. Pihak kantor pos menjelaskan bahwa mereka telah menerapkan berbagai prosedur standar operasional, mulai dari sistem pelacakan real time, penggunaan kemasan yang sesuai standar, hingga layanan asuransi untuk barang bernilai tinggi.

Hal ini menjadi bagian dari strategi fokus yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat daya saing di tengah ketatnya industri logistik dan ekspedisi saat ini. Sementara itu dari sisi jaminan, kantor pos menyediakan layanan asuransi untuk barang kiriman bernilai tinggi atau penting. Seperti dokumen, barang elektronik dan lain sebagainya. Hal ini memberikan rasa aman dan perlindungan tambahan kepada pelanggan, apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan seperti kehilangan atau kerusakan barang.

Strategi fokus ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat daya saing di tengah ketatnya industri logistik dan ekspedisi saat ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dari penelitian di atas terkait dengan Strategi Bersaing Jasa di Kantor Pos Situjuah Banda, dengan menggunakan strategi Generik Michael Porter maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut

Penerapan strategi biaya rendah pada kantor pos merupakan langkah yang efektif untuk meningkatkan daya saing, terutama dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan jasa logistik swasta yang semakin berkembang. Melalui strategi ini kantor pos mampu menawarkan harga yang lebih kompetitif, meningkatkan volume pengiriman dan memperluas pangsa pasar

Kantor pos menerapkan strategi diferensiasi dengan menghadirkan layanan yang unik seperti jaminan pengiriman barang, asuransi barang kiriman, serta bekerjasama dengan pelaku usaha UMKM. Upaya ini membuat kantor pos lebih unggul dari pesaing. Strategi diferensiasi yang dijalankan kantor pos berpotensi meningkatkan daya saing dan mempertahankan eksistensinya sebagai penyedia layanan logistik dan keuangan terpercaya di Indonesia

Dengan menerapkan strategi fokus, kantor pos dapat memposisikan diri sebagai penyedia layanan pengiriman yang andal dan terpercaya. Kantor pos dapat memperkuat posisinya dengan fokus pada pengiriman dokumen penting dan barang pecah belah, yang membutuhkan penanganan khusus dan keamanan tinggi. Dengan strategi ini meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan di segmen yang sensitif terhadap keamanan dan kerusakan. Fokus ini membantu kantor pos membedakan diri dari pesaing dan mengoptimalkan sumber daya untuk hasil yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Alinda,Dwi, Nurfazri Riri dkk.2024. *'Strategi Pemasaran Dim Era Digital'*, Vol 3, No 1, 2024
- Apriliani, Rini.2023. *'Strategi Kantor Pos Cabang Pangkalan Bun Dalam Menghadapi Persaingan Jasa Kiriman Paket,'* Magenta, Vol 12, No 1, 2023, hal 73
- Chairul anwar achmad, Sri kamariyah dkk.2024. *'Strategi Peningkatan Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Di Kantor Pos Surabaya'* SAP Vol.2, No.2, Tahun 2024
- Clarissa,Deby.2022. *'Strategi Pelayanan Jasa Pengiriman PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Makassar'*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2022
- Danadipa,Andika,dkk.2023. *'Kinerja Pegawai Pelayanan Pada PT.Pos Indonesia (Persero) Asia Afrika Bandung.'* Vol 14, No 2, 2023
- Dwi Jayati,Retni.2020. *'Strategi PT.Pos Cabang Parepare Menghadapi Persaingan Usaha*

- Jasa Kiiman (Analisis Manajemen Syariah)*’, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2020 Hal 16
- Febriansyah Ferry, Yuniarto Paulus dkk.2012. ‘*Usulan Strategi Bersaing Jasa Pengiriman Paket PT.Pos Indonesia (Studi Kasus di UPT PT.Pos Indonesia II Bandung)*’, Jurnal Teknik, Vol XI, No 2, 2012, Hal 35
- Hanifah,Risma, dan Zulkarnain,Lutfi.2024. ‘*Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada PT.Brexelle Berkah Uniti*’. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam, Vol 1, No 1, 2024, Hal 103
- Hintoro,Septian danFritz Wijaya Agustinus.2021. ‘*Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter’s Five Forces*’, Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, Vol 2,Issue 6, 2021, Hal 729
- Hofifah,Siti.2020. ‘*Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam*’. Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, Vol 3, No 2, 2020, hal 38
- Jusriadi,Edi, Mariana,dkk.2019. ‘*Analisis Strategi Pemasaran Layanan Pos Express Pada PT Pos Indonesia (Persero) Makassar*’, Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Vol 3, No 2, 2019
- Khoirunnisa,Anis.2020. ‘*Analisis Penerapan Strategi Generik Porter Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus Bisnis Kuliner Sehat ‘Naturicha Healty Food And Drink’*’, Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, Vol 1, Issue 1, 2020, Hal 281-282
- Norvadewi.2015. ‘*Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)*’, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, Vol 1, No 1, 2015, Hal 38
- Nuradi, Khatimah Husnul,dkk.2024. ‘*Persaingan Bisnis : Telaah Konsep Pemikiran Kahrudin Yunus.*’ Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol 10, No 1, 2024
- Putri Rahayu,Helena dan Alhada Fuailah Habib,Muhammad.2023. ‘*Strategi Pemasaran Novi Ulvia Mua Dalam Meningkatkan Omset Penjualan*’ E Dunomika, Vol 8, No 1, 2023
- Pribadi Sulistya,Setyawati Aswanti dkk.2022. ‘*Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Pusat Di Tomang Jakarta Barat*’, Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik, Vol.8, No.1 Juni 2022
- Rahmatullah Marwanto dan Muhammad Rizky Revanda.2022. ‘*Rancang Bangun Sistem*

- Informasi Jasa Pengiriman Barang Pada PT Haluan Indah Transporindo Berbasis Web*, Jurnal Teknik Informatika, Vol.14, No.1, Januari 2022
- Sari Ritonga,Zernita.2024. *'Analisis Strategi Layanan Pos Express Pada PT.Pos Indonesia (Persero Sipiok).'* Jurnal Ilmu Manajemen Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol 4, No 1, 2024
- Sudiantini,Dian,dkk.2023. *'Analisis Strategi Pemasaran Layanan Pos Express Pada PT.Pos Indonesia (Persero) Jakarta Selatan.'* Journal Of Economics and Business Management, Vol 2, No 2, 2023
- Sumiyati, dan Rohman Abdur.2022. *'Analisis Persaingan Bisnis Pada Usaha Kuliner Dalam Meningkatkan Pelanggan Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Usaha Bisnis Kuliner Sate Jl.Niaga Pemekasan),* Jurnal Kaffa, Vol 1, No 2, 2022 Hal 7
- Sylvia,Rika dan Hayati Diana.2023. *'Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk Indosat Pada PT X'*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol 16, No 1 , 2023, hal 125
- Vanesha,Pitoy Claudia,dkk.2016.*'Analisis Stragegi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus pada PT.Astragraphia TBK Manado),* Jurnal berkala Ilmiah Efisiensi, Vol 16, No 03, 2016 hal 303
- Wahyuningsih,Sri.2019.*'Strategi Pengelolaan Jaringan Pos Sebagai Sarana Distribusi Komoditas'*, Buletin Pos dan Telekomunikasi, Vol 17, No 2, 2019
- Zahra Alisa,Herawati Tetty,dkk.2024. *'Pengembangan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Pada PT Pos Indonesia(Persero) KCU Bandung'*, Jurnal Administrasi Bisnis(JAB), Vol.1, No. 1, 2024
- Zainuri Rachmad, dan Budi Setiadi Pompong.2023. *'Tinjauan Literatur Sistematis: Analisis SWOT Dalam Manajemen Keuangan Perusahaan,'* Jurnal Maneksi Vol 12.