

## ABSTRAKSI

Sebagai BUMN yang bergerak di bidang industri perposan, PT Pos Indonesia dituntut untuk dapat terus bertahan di era persaingan sekarang ini dan sekaligus mampu memberikan kontribusi kepada pemerintah. Untuk dapat mewujudkan hal tersebut, diperlukan suatu strategi bersaing yang tepat terhadap bisnis yang sedang dijalankan sehingga bisnis tersebut mampu mewujudkan tujuan perusahaan. Strategi yang akan diterapkan tidak terlepas dari kondisi eksternal dan internal perusahaan, termasuk didalamnya adalah kepuasan pelanggan. Sehingga dengan kajian faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan serta kajian mengenai tingkat kepuasan pelanggan dalam hal untuk perbaikan pelayanan yang ada, nantinya perusahaan akan mampu menyesuaikan perubahan yang terjadi dengan lingkungan bisnisnya dengan kondisi internal perusahaan. Berdasarkan hal tersebut mendorong penulis untuk dapat memberikan usulan strategi bersaing yang tepat sesuai dengan kondisi lingkungan eksternal dan internal perusahaan.

Untuk mengetahui lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan, maka penulis menggunakan kuisioner pendahuluan. Dengan kuisioner pendahuluan tersebut dapat diketahui faktor-faktor internal yang dapat menimbulkan kekuatan dan kelemahan perusahaan serta faktor eksternal yang dapat menimbulkan peluang dan ancaman bagi perusahaan. Sedangkan seberapa besar pengaruh lingkungan tersebut, dilakukan pembobotan terhadap faktor-faktor tersebut sehingga didapatkan posisi bisnis perusahaan. Posisi bisnis perusahaan diketahui dari matriks GE (General Electric) yang mengkombinasikan antara daya tarik industri dan kekuatan bisnisnya. Sedangkan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan digunakan metode CSI (Customer Satisfaction Index), CSGI (Customer Satisfaction Gap Index), CSI Boxes, dan Importance-Performance Matrix. Dengan mengetahui posisi bisnis perusahaan dan tingkat kepuasan pelanggan dalam hal untuk menentukan perbaikan-perbaikan pelayanan, maka dapat dirumuskan strategi bersaing yang sesuai dengan kondisi lingkungan bisnis perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan posisi bisnis perusahaan berada pada level "Selective Growth" yang terdiri dari :

Aspek	Nilai
Daya Tarik Pasar	3,82
Kekuatan Bisnis	3,61

Sedangkan tingkat kepuasan pelanggan diketahui bahwa pelanggan sudah merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan PT Pos Indonesia dengan nilai CSI sebesar 63,38%. Tetapi bila dibandingkan dengan Tiki, tingkat kualitas pelayanan PT Pos Indonesia masih kalah.

Kesimpulan dari keseluruhan penelitian ini adalah dirumuskannya alternatif strategi perusahaan pada tingkat bisnis dan fungsionalnya. Strategi bisnis yang dirumuskan meliputi : strategi pertumbuhan yang meliputi strategi penetrasi pasar, inovasi-inovasi, konsentrasi, dll dan strategi aliansi. Untuk strategi fungsionalnya merupakan penjabaran dari strategi bisnis. Strategi fungsional diterapkan pada bagian pemasaran dan distribusi, operasi dan teknik, sumber daya manusia, keuangan.