

Pemasaran dan Pengembangan Outlet PT. Pos Indonesia (Persero) Binjai 20700

Yuniar Pangesti

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
E-mail: yuniarpangesti17@gmail.com

Muhammad Ikhsan Harahap

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
E-mail: m.ikhsan.harahap@uinsu.ac.id

Abstrak. PT Pos Indonesia is a State-Owned Enterprise (BUMN) which operates in the delivery services sector. One of the services businesses offer is sending letters and packages. Companies with this delivery service will really need a marketing strategy to attract customers who operate in the business world which aims to satisfy consumers and increase sales volume. The data collection method in preparing the Final Assignment is the method of observation, interviews and documentation studies with the analysis method in the form of qualitative analysis, namely a data analysis method without using statistical analysis. The first thing to do in a marketing strategy is to look at market needs first. Then determine the market segment to be targeted, namely the business market segment. By determining the business market segment, determining the target market determines the strategy for selecting the company. By choosing a target that suits the business market segment, the market position will automatically become the label for the business product itself in society. The marketing mix in a marketing strategy will automatically follow the flow of segmentation, targeting and positioning, this is because the product, place, price and promotion are determined according to the business market segment.

Keywords: PT Pos Indonesia, State-Owned Enterprises (BUMN), market segment

Abstrak. PT Pos Indonesia merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam sektor jasa pengiriman. Salah satu bisnis jasa yang ditawarkan adalah pengiriman surat dan paket. Perusahaan dengan jasa pengiriman ini akan sangat memerlukan strategi pemasaran untuk menjangkau pelanggan yang bergerak dalam dunia bisnis yang bertujuan memuaskan konsumen dan meningkatkan volume penjualan. Metode pengumpulan data dalam penyusunan Tugas Akhir Adalah metode observasi, wawancara, dan studi dokumentasi dengan metode analisisnya berupa analisis kualitatif yaitu metode analisis data tanpa menggunakan analisis statistik. Hal yang pertama dilakukan dalam strategi pemasaran adalah melihat kebutuhan pasar terlebih dahulu. Kemudian menentukan segmen pasar yang akan dituju yaitu segmen pasar bisnis. Dengan menetapkan segmen pasar bisnis maka dalam menetapkan target pasar dari penetapan strategi memilih perusahaan. Dengan memilih target yang sesuai dengan segmen pasar bisnis maka posisi pasar yang akan secara otomatis menjadi label untuk produk bisnis itu sendiri di tengah masyarakat. Maketing mix dalam strategi pemasaran akan secara otomatis mengikuti alur dari segmentasi, targeting dan positionng hal ini di karenakan dalam penentuan produk, tempat, harga, dan promosi sesuai dengan segmen pasar bisnis.

Kata Kunci: PT Pos Indonesia, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), segmen pasar

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Oleh karena itu strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan. Disamping itu strategi pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut.

Strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau paduan pada beberapa sasaran pasar. Perkembangan usaha dewasa ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Melihat kondisi tersebut, menyebabkan pebisnis semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Strategi pemasaran yang diterapkan suatu perusahaan sangat menentukan keberhasilan perusahaan tersebut.

Pos Indonesia merupakan sebuah badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa (layanan pos). Bisnis yang dijalankan oleh PT Pos Indonesia adalah bisnis surat dan paket (mail & parcell), bisnis jasa keuangan, dan logistik. PT Pos Indonesia memiliki beragam produk dari jenis-jenis bisnis yang dijalankan, akan tetapi PT. Pos Indonesia memiliki bisnis utama sejak dahulu hingga saat ini yaitu bisnis surat dan paket (mail & parcell), sedangkan logistik dan jasa keuangan relatif bisnis yang baru mulai dibangun oleh PT Pos Indonesia. Oleh karena itu dapat dikatakan bisnis surat dan paket adalah core business yang seharusnya menjadi profit center dari PT Pos Indonesia.

PT Pos Indonesia pada masa kejayaannya merupakan pemeran utama dan hanya satu-satunya dalam menjalankan bisnis perposan di Indonesia. Akan tetapi saat ini PT Pos Indonesia memiliki banyak pesaing yang datang dari luar negeri maupun dalam negeri, PT Pos Indonesia yang tadinya berdiri sendiri tanpa perlawanan mulai mendapat saingan dari pihak swasta yang bergerak di bidang perposan. PT Pos Indonesia saat ini memiliki banyak pesaing antara lain JNE dan TIKI, yang bahkan bisa dikatakan PT Pos Indonesia sudah terambil alih posisinya sebagai pemegang jasa layanan surat dan paket. Keunggulan pesaing dari segi layanan surat dan paket, cara pengemasan (packing), biaya, ketepatan waktu kiriman, ketepatan kondisi barang, keutuhan barang, bahkan sampai kepercayaan customer

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu Data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk bukan bilangan, atau dengan kata lain data yang disajikan dalam bentuk kata-kata yang mengandung makna, (Noor, 2014). Data kualitatif pada penelitian ini adalah data berupa kata-kata, berupa wawancara, catatan lapangan dan dokumen resmi. Setelah itu data dikumpulkan, diolah dan dijelaskan sesuai apa adanya.

Sumber data yang digunakan adalah Data primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa wawancara dan observasi, (Situmorang, 2012). Data primer

pada penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari hasil pertanyaan melalui wawancara mengenai surat dan paket yang berada di Kantor Pos binjai.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Magang merupakan suatu program yang tercantum dalam kurikulum di fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) yang wajib dilaksanakan oleh mahasiswa dengan tujuan agar mahasiswa yang bersangkutan dapat mengembangkan keterampilan dan memahami etika pekerjaan serta untuk mendapatkan kesempatan dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang ada relevansinya dengan kurikulum pendidikan.

Penulis melaksanakan kegiatan magang pada 16 Januari s/d 16 february 2023 selama kurun waktu 1 bulan. Pada hari pertama, kegiatan yang dilakukan adalah berkeliling dan saling berkenalan terutama dengan kakak frenti ambaranti selaku pembimbing magang kami.

Adapun bentuk kegiatan yang penulis lakukan selama mealaksanakan kerja praktek (magang) di bidang pemasaran PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Binjai.

- Mendata UMKM di wilayah kota binjai
- Menawarkan kerjasama antara perusahaan dan pedagang UMKM untuk memasarkan produk mereka di kantor pos
- Kunjungan perusahaan ke pedagang atau toko UMKM
- Survey harga untuk menghias stand proyek UMKM yang akan di laksanakan di POJOK UMKM Kanto Pos Binjai
- Mendata kembali UMKM di wilayah Kota Binjai dan menawarkan kerjasama antara pedagang UMKM dengan kantor pos
- Turun kelapangan untuk mendata kembali UMKM di wilayah Kota Binjai dan menawarkan kerjasama antara pedagang UMKM dengan kantor pos
- Membeli peralatan untuk menghias stand project UMKM yang akan dilaksanakan di Pojok UMKM Kantor Pos Binjai
- Menghias Stand Project UMKM untuk menambah daya tarik masyarakat agar tertarik membeli produk yang kami pasarkan di Pojok UMKM
- Melakukan pendataan online shop Binjai
- Melanjutkan pendataan melalui sosial media
- Melakukan pendataan online shop yang ada di kota Medan

- Membuat contoh surat yang akan di kirim melalui jasa pengiriman di Kantor Pos Binjai
- Terakhir menyelesaikan laporan harian dan mengambil dokumentasi
- Perpisahan dengan para rekan rekan kerja

Selama penulis melaksanakan kegiatan Kerja Praktek (Magang) di Bagian Pemasaran PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Binjai 20700,terdapat beberapa kendala yang terjadi. Kendala yang terjadi tersebut juga menjadikan penulis untuk dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan tempat dilaksanakannya kegiatan magang.

Adapun kendala yang dihadapi selama magang pada bagian pemasaran yaitu:

1. Pada bagian pemasaran penulis sering turun ke lapangan untuk melakukan pendataan terhadap pedagang UMKM yang ada di Kota Binjai dalam rangka untuk menjalin kerja sama pada PT Pos Indonesia Kantor Cabang Binjai. Hal tersebut mengakibatkan kurangnya interaksiantara penulis dan karyawan sehingga terdapat beberapa pekerjaan yang tertunda dan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk diselesaikan.Selain kurangnya interaksi, penulis juga beberapa kali menghadapibeberapa kendala pada saat turun ke lapangan yaitu terdapat beberapa pedagang UMKM yang kurang komunikatif untuk dilakukan pendataan dan menolak untuk diajak kerjasama dengan PT Pos Indonesia Kantor Cabang Binjai karena beberapa alasan seperti kurangnya kepercayaan dari pedagang UMKM terhadap pojok UMKM yang dibuat oleh PT Pos Indonesia Kantor Cabang Binjai.
2. Sering terjadi penundaan pekerjaan yang mengakibatkan beberapa pekerjaan menjadi menumpuk. Hal ini menyebabkan memperlambat hasil pekerjaan dan membuat semangat karyawan lain menjadiberkurang.

Sebagai makhluk sosial dalam kehidupan manusia harus menghadapi tantangan-tantangan yang berasal dari lingkungannya maupunsebagai makhluk yang hidup bersama dalam satu lingkup kehidupan atau aktifitas. Disisi lain manusia membutuhkan kebersamaan dalam kehidupannya, semua itu adalah dalam rangka saling memberi dan saling mengambil manfaat. Karena manusia merupakan makhluk sosial makadiperlukan sebuah interaksi sosial dengan sesamanya, khususnya dalam lingkungan pekerjaan. Interaksi sosial merupakan suatu hal yang juga memiliki kaitan dengan hubungan sosial pada masyarakat umum. Interaksisosial biasanya juga disebut sebagai relasi sosial. Relasi sosial adalah hasil dari rangkaian suatu interaksi atau tingkah laku yang sistematis antara dua orang maupun lebih. (Soekanto, 2013).

Interaksi sosial dalam sebuah lingkungan pekerjaan khususnya antara pemimpin dengan karyawan merupakan sebuah hal yang penting bagisumber daya manusia untuk mencapai suatu

tujuan perusahaan atau perindustrian dan berpengaruh terhadap relasi kerja yang terjadi sehingga dapat mengetahui perkembangan serta hambatan-hambatan yang muncul. (Estiana, 2020).

Interaksi sosial antara karyawan dapat dibangun dengan cara komunikasi baik bertemu secara langsung atau bertatap muka maupun melalui perantara misalnya media elektronik seperti handphone atau berputulisan, misalnya melalui surat.

Dari teori di atas maka interaksi kepada orang lain sangat penting. Karena dengan melihat lingkungan sekitar dengan baik maka individu dapat menyesuaikan interaksi dengan baik pula dan untuk mengurangi kesalahpahaman antara pihak satu dengan yang lainnya. Terutama interaksi dengan karyawan yang ada di lingkungan kantor dengan adanya komunikasi dan interaksi yang baik maka akan lebih mempermudah apa saja yang dikerjakan, tidak hanya dalam segi pekerjaan melainkan pengalaman. Didalam suatu kehidupan manusia diciptakan dengan berbeda-beda kepribadian maupun pola pikir di saat kita dapat berkomunikasi dengan baik maka kita dapat mengetahui kepribadian masing-masing orang, bertukar pengalaman dan mengurangi kesalahpahaman.

Untuk hal yang terkait dengan kurangnya kepercayaan pedagang UMKM terhadap program pojok UMKM maupun pemasaran yang diciptakan oleh PT POS Indonesia (Persero) Kantor Cabang Binjai 20700 maka solusi yang dapat dilakukan adalah dengan mencoba menjelaskan kembali secara detail berkaitan dengan program pojok UMKM ini untuk pemasaran di dan beberapa manfaatnya serta meningkatkan lagi pelayanan dan penjualan beberapa produk PT POS Indonesia (Persero) Kantor Cabang Binjai 20700 yang telah ada di pojok UMKM sehingga dapat meyakinkan pedagang tersebut untuk menjalin kerjasama dengan PT Pos Indonesia Kantor Cabang Binjai 20700. Adapun cara yang dapat ditempuh untuk meningkatkan penjualan produk adalah dengan cara memaksimalkan penawaran dan promosi sebuah produk baik secara mulut ke mulut, brosur maupun iklan di sosial media. Selain itu hal yang juga perlu diperhatikan adalah menjaga kualitas produk yang dijual dan beberapa cara lainnya.

Penundaan pekerjaan yang harusnya diselesaikan hari itu, tetapi ditunda sehingga banyak data-data dari bulan sebelumnya yang belum di masukan kedalam rekapan data dan membuat kerjaan yang banyak dan menumpuk dengan waktu yang sangat singkat. Dan cara mengatasi kendala tersebut, seharusnya karyawan harus menerapkan sistem kerja yang tepat waktu, mengetahui pekerjaan yang jadi prioritas utama mereka, atasan juga harus dan berani menegur kepada karyawan yang suka menyepelkan pekerjaan ataupun bermalas-malasan supaya pekerjaan dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa Magang yang dilakukan Praktikan selama satu bulan yaitu pada tanggal 16 Januari 2023 sampai dengan 16 february 2023 di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Binjai 20700 pada Divisi Pemasaran dan Pengembangan Outlet atau PPO. Setelah melaksanakan kegiatan magang berlangsung, Praktikan dapat membuat kesimpulan:

1. Praktikan melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada tanggal 16 Januari 2023 sampai dengan 16 february 2023 di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Binjai dan Praktikan ditempatkan pada Divisi Pemasaran dan Pengembangan Outlet.
2. Selama melaksanakan kegiatan Magang di PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Binjai pada Divisi Pemasaran dan Pengembangan Outlet, Praktikan telah melakukan beberapa kegiatan seperti membuat surat perjanjian dan surat penawaran, memindai dokumen, menggandakan dokumen, mencetak dokumen, menginput data, serta mengoperasikan Microsoft excel
3. Selama melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Binjai pada Divisi Pemasaran dan Pengembangan Outlet, Praktikan mengalami beberapa kendala yang membuat pekerjaan menjadi terhambat. Kendala yang dihadapi Praktikan yaitu seperti Kesulitan berkomunikasi dengan mentor pada Divisi Pemasaran dan Pengembangan Outlet dan Kurangnya fasilitas diruangan divisi Pemasaran dan Pengembangan Outlet seperti printer, komputer dan jaringan internet
Cara Praktikan menghadapi kendala tersebut yaitu:
 1. Kesulitan berkomunikasi dengan mentor pada Divisi Pemasaran dan Pengembangan Outlet. Ketika mentor Praktikan sedang bertugas di luar kantor, Praktikan memutuskan untuk berkomunikasi dengan mentor dengan cara menanyakan tugas yang harus dikerjakan maupun hal yang tidak dimengerti Praktikan melalui whatsapp secara rinci.
 2. Kurangnya fasilitas diruangan divisi Pemasaran dan Pengembangan Outlet seperti printer, komputer dan jaringan internet. Dalam mengatasi kendala kurangnya komputer pada tempat Praktikan melaksanakan Magang, Praktikan berinisiatif membawa laptop sendiri agar dapat menyelesaikan tugas dengan cepat tanpa menunggu bergiliran dengan mentor. Untuk kendala kurangnya alat printer, Praktikan memakai alat printer diruangan lain pada saat printer sedang digunakan atau ketika printer sedang digunakan hanya sebentar Praktikan menunggu bergiliran. Dan untuk kendala lambatnya jaringan internet atau jaringan internet sedang tidak dapat digunakan, Praktikan berinisiatif

menggunakan hotspot pribadi agar pekerjaan dapat selesai dengan cepat dan tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

Setyowati, R. M. T. (2022). LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM) PELAYANAN OUTLET DI PT POS INDONESIA (PERSERO) KANTOR POS JOMBANG CABANG DIWEK.

DAN, P. K. P. A. M. (2017). LAPORAN KERJA PRAKTIK.

Sofiah (2016) LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PADA PT POS INDONESIA (Persero) JAKARTA TIMUR.

Mariana (2018) ANALISIS STRATEGI PEMASARAN LAYANAN PPOS EXSPRESS PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO) MAKASSAR.

Sulistyo (2022) STRATEGI PEMASARAN PADA LAYANAN KURIR DAN LOGISTIK PT. POS INDONESIA (PERSERO) CABANG ERLANGGA.