

Analisis Strategi Dan Sistem Informasi Manajemen dengan Menggunakan Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) Pada Kantor Pos Malang 65100

Michael Gerrits Kriswanto Remetwa¹, Yusaq Tomo Ardianto², Nanik Sisharini³

¹Student on Magister Management Program, University of Merdeka Malang, Indonesia

^{2,3}Magister Management Program, University of Merdeka Malang, Indonesia

Abstract

This study analyzes the strengths, weaknesses, opportunities and threats posed by Post Office Malang 65100 to achieve maximum results in services offered by PT. Pos Indonesia, by identifying all the resources and supporting services of PT. Pos Indonesia and analyze the strategic plan that must be done Post Office Malang 65100 in achieving organizational goals that have been specified. The research categorized as qualitative descriptive uses researchers as a key instrument in this study. Data collection techniques used include interview techniques and documentation of archives and other secondary data published by PT. Pos Indonesia. The result of data analysis with external internal matrix has illustrated the position of Post Office Malang 65100 in position of growth and stability and in SWOT quadrant diagram assessed that Post Office Malang 65100 has opportunity and strength which means can support aggressive growth policy so that it is possible that postal service offered can be expanded its market share, especially to start taking into account the growing development of micro, small and medium enterprises as a new market share of postal services. Capacity building of the employees as one of the main elements for the company and inter-institutional cooperation relationships that have been done or will be done need special attention to maximize the performance of Post Office Malang 65100

Keyword : System Information Management, Strategic Planning, SWOT Analysis

Abstrak

Penelitian ini menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Kantor Pos Malang 65100 untuk mencapai hasil maksimal dalam pelayanan jasa yang ditawarkan PT. Pos Indonesia, dengan mengidentifikasi segala sumber daya maupun pendukung pelayanan jasa kurir yang dimiliki PT. Pos Indonesia serta menganalisis rencana strategis yang harus dilakukan Kantor Pos Malang 65100 dalam mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan. Penelitian yang dikategorikan sebagai deksriptif kualitatif ini menggunakan peneliti sebagai instrumen kunci dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi teknik wawancara dan dokumentasi dari arsip-arsip serta data sekunder lain yang diterbitkan oleh PT. Pos Indonesia.

Hasil analisa data dengan matriks internal eksternal telah menggambarkan posisi Kantor Pos Malang 65100 pada posisi growth and stability dan pada diagram kuadran SWOT menilai bahwa Kantor Pos Malang 65100 memiliki peluang dan kekuatan yang artinya dapat mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa jasa pos yang ditawarkan dapat diperluas pangsa pasarnya, terutama untuk mulai memperhitungkan perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah yang terus berkembang sebagai pangsa pasar baru dari jasa pelayanan pos. Peningkatan kapasitas dari para pegawai sebagai salah satu elemen utama bagi perusahaan dan hubungan-hubungan kerjasama antar lembaga yang sudah dilakukan maupun yang akan dilakukan perlu mendapat perhatian khusus untuk memaksimalkan kinerja dari Kantor Pos Malang 65100.

Kata Kunci : Manajemen Sistem Informasi, Perencanaan Strategis, Analisis SWOT

PENDAHULUAN

Persaingan antar perusahaan di era yang modern ini didukung oleh perkembangan teknologi yang kian pesat, sehingga pengetahuan dan pemanfaatan teknologi menjadi hal utama yang harus dimiliki perusahaan dalam menghadapi persaingan-persaingan di era modern saat ini. Menurut Nash (1995: 8) sistem informasi adalah kombinasi dari elemen manusia, fasilitas atau alat teknologi, media, prosedur dan pengendalian untuk

mengatur jaringan komunikasi yang penting, proses transaksi tertentu dan rutin, membantu manajemen, pemakai intern dan ekstern serta menyediakan dasar untuk pengambilan keputusan yang tepat.

Perkembangan di masa modern yang dinamis oleh sebab perkembangan teknologi informasi menjadi tantangan bagi perusahaan dalam membentuk manajemen yang efektif dan efisien untuk tercapainya hasil maksimal sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Sehingga diperlukan sebuah inovasi strategi yang memberdayakan berbagai kemampuan dalam sebuah organisasi, dimulai dengan kemampuan kepemimpinan hingga budaya yang terdapat dalam sebuah organisasi untuk dalam mencapai tujuan dari organisasi.

Penelitian ini sendiri akan terfokuskan pada PT. Pos Indonesia, karena merupakan badan usaha milik negara, yang memiliki jaringan terintegrasi sampai ke pedesaan dan daerah perbatasan Indonesia, yang diketahui hampir 100% jaringan dibangun oleh pemerintah. Jaringan infrastruktur terintegrasi yang dimiliki PT. Pos Indonesia merupakan aset dan modal terbesar bagi PT. Pos Indonesia (Persero) dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat serta perkembangan teknologi komunikasi dan informasi.

Perkembangan pesaing-pesaing yang sangat pesat di Indonesia telah menjadi tantangan tersendiri bagi Kantor Pos Malang 65100. Layanan serupa dengan Kantor Pos Malang 65100 namun berbasis *online* menjadi warna persaingan tersendiri dalam persaingan pelayanan jasa di Indonesia. Sehingga membutuhkan sebuah rencana strategis dalam menanggapi kondisi persaingan yang ditopang oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dunia saat ini.

Secara umum, hal-hal yang menjadi wajib dilakukan penyedia layanan pos di seluruh dunia antara lain diversifikasi produk, penyesuaian harga, perubahan kebijakan, dan peningkatan produktivitas. Selain itu, perhatian khusus dalam melihat kebutuhan pelanggan (*customer oriented service*), termasuk kualitas pelayanan yang diberikan. Ini menjadi tantangan utama Kantor Pos Malang 65100 untuk mengembangkan layanan jasa pos di wilayah Malang Raya.

Penelitian mengenai strategi PT. Pos Indonesia menjadi perlu dibahas secara mendalam untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Kantor Pos Malang 65100 untuk mencapai hasil maksimal dalam pelayanan jasa yang ditawarkan PT. Pos Indonesia.

METODE PENELITIAN

A. Penyelarasan Strategi Sistem Informasi Terhadap Strategi Bisnis

Cassidy (2006) menyatakan apabila seluruh kegiatan sistem informasi memberikan dukungan yang optimal terhadap tujuan, sasaran, dan strategi bisnis maka keselarasan antara strategi bisnis dan sistem informasi dapat tercapai. Keselarasan yang sebenarnya terjadi apabila strategi bisnis dan strategi sistem informasi dikembangkan secara bersama-sama dan bukan berurutan sehingga teknologi dapat menjadi dasar dalam menyusun strategi bisnis.

Organisasi harus mampu mengintegrasikan sistem informasi dengan bisnis dalam bentuk hubungan yang simbiosis. Jadi komponen-komponen baik pada bisnis maupun sistem informasi harus diselaraskan, seperti yang diperlihatkan pada Tabel 1. Oleh karena itu, tujuan, sasaran, dan strategi hendaknya selaras dengan komponen sistem informasi yang mencakup dari strategi, organisasi, hingga ke pengukuran atau evaluasi (metrik).

Tabel 1.
Penyelarasan Strategi Bisnis dan Sistem Informasi

Bisnis	Sistem Informasi
Tujuan	Strategi
Sasaran	Organisasi
Strategi	Proses
	Infrastruktur
	Aplikasi
	Proyek
	Anggaran
	Metrik

Sumber : (Abdul Kadir, 2014)

Ilustrasi menggambarkan hubungan antara strategi bisnis, sistem informasi, dan TI sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1. Pembuatan strategi SI/TI diselaraskan dengan strategi bisnis untuk memperoleh hasil yang optimal.

B. Analisis SWOT Sebagai Alat Formulasi Strategi

Analisis SWOT adalah analisa yang didasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) serta ancaman (*Threats*).

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencana strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis Situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.

C. Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT)

Menurut David (2006:284), SWOT adalah alat untuk mencocokkan yang penting, yang membantu manajer mengembangkan strategi bisnis berdasarkan: SO (Kekuatan-Peluang/*Strengths-Opportunities*), WO (Kelemahan-Peluang/*Weaknesses-Opportunities*), ST

(Kekuatan-Ancaman/ *Strengths-Threats*), WT (Kelemahan-Ancaman/ *Weaknesses-Threats*).

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Dari hasil analisis SWOT dapatlah diketahui tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri dan peluang serta ancaman yang dihadapinya setelah perusahaan mengetahui hasil analisis SWOT, maka perusahaan dapat menentukan strategi pemasarannya, akan menyerang para pesaingnya atau justru mempertahankan diri dari pesaingnya.

D. Kerangka Formulasi Strategis

Tentunya dalam melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman diperlukan tahapan-tahapan yang terstruktur guna mendapatkan sebuah pengambilan keputusan yang berdasar. Menurut Rangkuti (2014) proses penyusunan perencanaan strategis melalui tiga tahap analisis, yaitu:

1. Tahap pengumpulan data

Tahap ini pada dasarnya tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan data, tetapi juga merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan pra-analisis yang terdiri atas,

- 1) Matriks faktor strategi eksternal
- 2) Matriks faktor strategi internal

2. Tahap analisis

Dalam memanfaatkan informasi yang telah dikumpulkan diperlukan beberapa model analisis, diantaranya:

- 1) Matriks SWOT

Tabel 2.
Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strengths (S)	Weaknesses (W)
Opportunities (O)	Strategi SO Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
	Strategi ST Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman
Threats (T)		

Sumber : Rangkuti (2014)

3. Tahap pengambilan keputusan

Tahap yang menghasilkan sebuah rencana strategis berdasarkan informasi

yang telah di analisis dengan beberapa model analisis.

E. Penelitian Terdahulu

Fachry (2014), dengan judul tesis “Analisis Kondisi Usaha Dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Berbasis Komunitas Lokal”. Dengan penelitian pada UKM Rumah Kreatif Balikpapan yang merupakan salah satu bentuk program CSR (*Corporate Social Responsibility*) bidang kewirausahaan yang dikembangkan oleh perusahaan Migas yang beroperasi di Kotamadya Balikpapan. Konsep *community-based entrepreneurship* merupakan upaya pengembangan kewirausahaan lokal dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan menjalankan pembangunan berkelanjutan di daerah setempat. Perusahaan migas, pemerintah setempat dan UKM RKB berkolaborasi mengembangkan kegiatan industri kecil berupa kerajinan batik tulis dan daur ulang di sebuah komunitas. Kerajinan batik tulis yang diciptakan menggunakan bahan pewarna alami dan menampilkan motif-motif khas daerah setempat, sedangkan kerajinan daur ulang menggunakan sampah rumah tangga, seperti plastik bekas kemasan, kantong plastik bekas belanja dan kain perca.

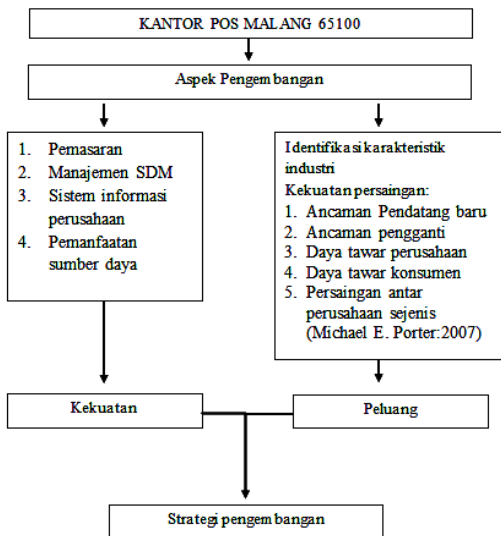
Hasil identifikasi faktor lingkungan internal terdapat empat kekuatan dan empat kelemahan, sementara pada faktor lingkungan eksternal terdapat empat peluang dan tiga ancaman. Perpaduan Nilai IFE sebesar 2,571 dan nilai EFE sebesar 2,427 dalam matriks IE menunjukkan bahwa posisi usaha terletak pada sel V (tumbuh dan stabil). Selanjutnya dari hasil analisis matrik SWOT dan QSPM dihasilkan strategi pengembangan usaha yang saat ini dianggap paling tepat dilakukan adalah restrukturisasi organisasi dan sistem manajemen. Strategi ini dilakukan sebagai upaya untuk membenahi internal RKB agar nantinya memiliki aturan organisasi yang jelas dan terarah menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin kompetitif, kepemimpinan yang baik dalam mengarahkan anggotanya dan penetapan harga jual produk yang sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan.

F. Kerangka Analisis

Persaingan dalam industri menjadi indikator yang sesuai sebagai pembanding dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Kantor Pos Malang 65100. Dimana menurut Porter (2007) bahwa kekuatan persaingan terdiri atas: ancaman pendatang baru, ancaman pengganti, daya tawar perusahaan, daya tawar konsumen, dan persaingan antar perusahaan sejenis. Dari aspek-aspek kekuatan persaingan akan di analisis untuk dikategorikan dalam elemen

peluang dan ancaman yang lebih lanjut dianalisis dengan proses pemberian bobot dari item-item guna mendapat strategi pengembangan yang efisien dan efektif bagi Kantor Pos Malang 65100.

Gambar 1.
Kerangka Analisis



G. Rancangan Penelitian

Berdasarkan sifat permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai, penelitian ini dikategorikan atau berjenis deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif pada umumnya dilakukan dengan tujuan utama, yaitu menggambarkan secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek dan objek penelitian. Penelitian deskriptif berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan dan karakteristik objek yang diteliti secara tepat (Sanusi, 2011: 13). Menurut Umar (2005) penelitian kualitatif bertujuan untuk menggambarkan suatu kondisi yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.

Instrumen kunci dalam penelitian ini adalah peneliti sebagai alat penelitian, artinya peneliti sebagai alat utama pengumpul data dengan metode pengumpulan data berdasarkan observasi yaitu teknik yang menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya (Umar: 2000: 51). Dalam penelitian ini observasi secara deskriptif yaitu peneliti berusaha untuk mengamati merekam mencatat dan mendokumentasikan kondisi Kantor Pos Malang 65100.

Pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive sampling* yaitu pemilihan

sampel sudah ditentukan berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dan yang mengetahui organisasi Kantor Pos Malang 65100, baik sebagai pengambil keputusan maupun yang bertugas dalam pelaksanaan keputusan, yakni:

1. Wakil kepala Kantor Pos Malang 65100
2. Manajer pelayanan
3. Manajer SDM
4. Manajer audit mutu dan manajemen resiko
5. Manajer solusi IT
6. Manajer penjualan

H. Analisis Data

1. Matriks Internal Eksternal

Matriks internal eksternal ini dikembangkan dari *Model General Electric (GE-Model)*. Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi.

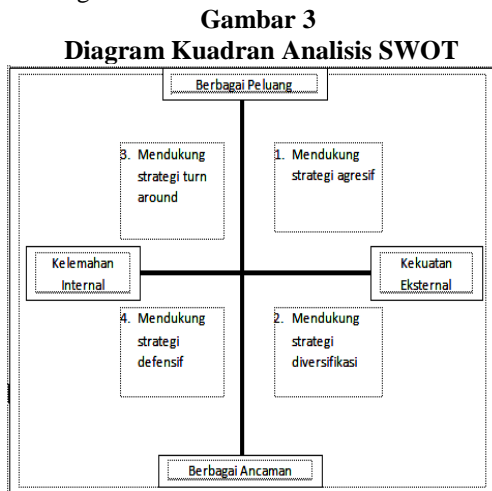
Gambar 2.
Matriks Internal Eksternal

		TOTAL SKOR FAKTOR INTERNAL		
		Kuat	Rata-rata	Lemah
TOTAL SKOR FAKTOR EKSTERNAL	Tinggi	1 GROWTH	2 GROWTH	3 RETRENCHMENT
	Menengah	4 STABILITY	5 GROWTH & STABILITY	6 RETRENCHMENT
	Rendah	7 GROWTH	8 GROWTH	9 RETRENCHMENT

Diagram tersebut dapat mengidentifikasi 9 sel strategi perusahaan, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel itu dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi utama, yaitu:

- 1) *Growth strategy* yang merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri (sel 1, 2, 5) atau upaya diversifikasi (sel 7 dan 8).
- 2) *Stability strategy* adalah strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan.
- 3) *Retrenchment strategy* (sel 3, 6, dan 9) adalah usaha memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan perusahaan.

2. Diagram Kuadran Analisis SWOT



Sumber: Rangkuti (2001)

Dari Gambar 3, Rangkuti (2001:20) memberi penjelasan sebagai berikut.

Kuadran 1:

Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan, sehingga strategi yang harus di terapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Kuadran 2:

Meskipun memiliki berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3:

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak juga menghadapi beberapa kelemahan internal. Fokus strategi pada kondisi ini adalah meminimalkan pada masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4:

Perusahaan mengalami kondisi yang tidak menguntungkan karena menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

3. Matriks SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT (Tabel 4). Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Matriks SWOT menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategis, diantaranya:

1) Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan

memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang secara maksimal.

2) Strategi ST

Strategi yang disusun berdasarkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman eksternal perusahaan.

3) Strategi WO

Strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4) Strategi WT

Strategi yang didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta untuk menghindari ancaman.

HASIL PENELITIAN

Kantor Pos Malang 65100 adalah salah satu Kantor Pos yang sangat strategis di Regional VII Jawa Timur setelah Surabaya yang merupakan pusat aktifitas di wilayah Provinsi Jawa Timur. Dengan memiliki wilayah kerja pada tiga pemerintahan daerah dapat menjadi kekuatan besar bagi Kantor Pos Malang karena PT. Pos Indonesia merupakan salah satu aset negara yang terhimpun dalam Badan Usaha Milik Negara. Menjadi prioritas pilihan masyarakat dalam menggunakan jasa pos dari Kantor Pos Malang 65100 diantara sekian banyak kompetitor yang menurut *Annual Report* PT. Pos Indonesia 2014 bahwa Saat ini, penyedia layanan pengiriman surat dan paket di Indonesia terdiri dari sekitar 3.400 perusahaan dengan mayoritas pangsa pasar dikuasi oleh 3 pemain utama, yaitu TiKi, PT Pos Indonesia (Persero), dan Tiki JNE. Dan mayoritas kegiatan pengiriman surat dan paket berada di area Jawa dikuasai oleh jasa titipan swasta.

Analisis SWOT Kantor Pos Malang 65100

Tabel 3

Analisa SWOT Kantor Pos Malang 65100

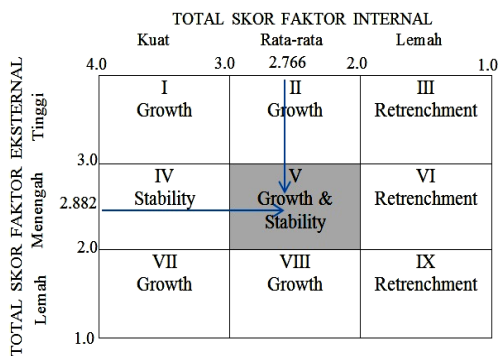
	Faktor-Faktor Internal	Bobot	Relatif	Rating	Score
Kekuatan					
Kemudahan akses informasi secara online	4,7	0,095	2,5	0,24	
Amada/transportasi	2,8	0,072	1,5	0,11	
Sistem yang terhubung antar seluruh outlet	4,0	0,090	2,0	0,18	
Loyalitas pelanggan	4,2	0,075	2,2	0,17	
Merupakan Badan Usaha Milik Negara	4,9	0,098	3,8	0,37	
Wilayah kerja yang masih dapat didukung dengan teknologi informasi	4,8	0,097	3,7	0,36	
Total				1,43	
Kelemahan					
SDM yang kurang terlatih dalam pemanfaatan teknologi informasi	4,8	0,098	2,0	0,20	
Ketersediaan staf Teknologi Informasi di Kantor Pos Malang 65100	4,7	0,097	2,8	0,27	
Kualitas SDM akan teknologi informasi yang belum tersebar merata di semua bidang	4,3	0,093	3,1	0,29	
Kualitas sarana teknologi informasi yang belum maksimal	4,8	0,098	2,9	0,28	
Punah & reward yang masih kurang	3,9	0,087	3,5	0,30	
Total				1,34	
Total Faktor Internal		1,00		2,766	
	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Relatif	Rating	Score
Peluang					
Sistem yang belum bersinergi antar sesama BUMN	4,8	0,089	2,2	0,20	
Feril yang kompetitif	3,6	0,073	3,2	0,23	
Memainkan bisnis yang berbasis online	4,5	0,070	2,2	0,15	
Kelompok pasar yang masih belum di sentuh	4,8	0,082	3,6	0,30	
Perkembangan UKM	4,4	0,069	2,0	0,14	
Pemahaman masyarakat akan teknologi Informasi	3,8	0,067	3,3	0,22	
Pembangunan infrastruktur teknologi informasi dalam menyambut ASEAN Economic Community	4,3	0,090	3,7	0,33	
Total				1,57	
Ancaman					
Perkembangan teknologi informasi	4,7	0,090	2,3	0,21	
Pertumbuhan perbankan	4,5	0,069	3,2	0,22	
Jumlah kompetitor yang meningkat	4,6	0,080	2,0	0,16	
Pelayanan jasa pos dari sesama BUMN	3,7	0,078	3,1	0,24	
Terbukanya bagi pendolar asing untuk BUMN	4,7	0,090	3,3	0,30	
Pelayanan pos yang ditawarkan oleh maskapai penerbangan	3,6	0,053	3,5	0,19	
Total				1,32	
Total Faktor Eksternal		1,00		2,882	

PEMBAHASAN

A. Analisis Matriks Internal Eksternal

Dalam pembahasan ini peneliti akan menganalisa keadaan dari Kantor Pos Malang 65100 dengan menggunakan analisis SWOT. Dari hasil analisis dan identifikasi yang dilakukan, maka dapat dipetakan dalam Gambar 4.

Gambar 4.
Peta Posisi Usaha



Pada gambar diatas ditampilkan posisi usaha pada sel V (*growth and stability*). Sel V dikelompokkan dalam strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal, yaitu suatu kegiatan untuk memperluas usaha dengan cara membangun di lokasi yang lain dan meningkatkan jenis produk serta jasa. Strategi yang disarankan pada kondisi tersebut adalah strategi penetrasi pasar (*market penetration*), pengembangan produk (*product development*) dan pengembangan pasar (*market development*). Strategi penetrasi pasar adalah memberikan harga spesial bagi pelanggan yang membeli secara kontinyu dan jumlah besar. Strategi pengembangan produk mengarah pada perbaikan mutu bahan baku dan strategi pengembangan pasar menambah konsumen baru, dimana bagi Kantor Pos Malang 65100 adalah peningkatan kualitas pelayanan.

B. Diagram Kuadran Analisis SWOT

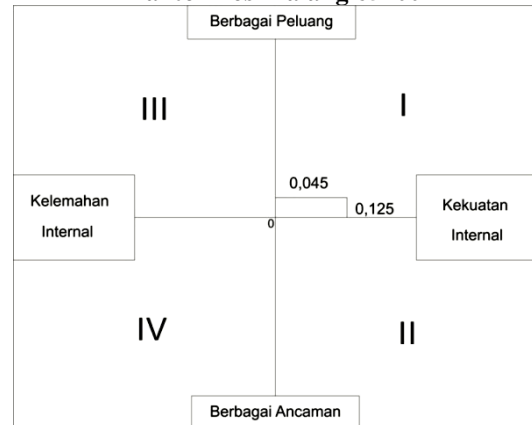
Menganalisa posisi Kantor Pos Malang 65100 pada diagram analisis SWOT dapat dihitung menggunakan rumus:

Koordinat analisis internal
 $= (\text{skor total kekuatan} - \text{skor total kelemahan}) : 2$
 $= (1,43 - 1,34) : 2$
 $= 0,045$

Koordinat analisis eksternal
 $= (\text{skor total peluang} - \text{skor total ancaman}) : 2$
 $= (1,57 - 1,32) : 2$
 $= 0,125$

Sehingga titik koordinat dari Kantor Pos Malang 65100 pada diagram kuadran analisis SWOT dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 5.
Diagram kuadran analisis SWOT Kantor Pos Malang 65100



Hasil analisis menempatkan titik posisi Kantor Pos Malang 65100 pada kudarane I dari diagram analisis SWOT. Posisi pada kuadran I menjelaskan bahwa Kantor Pos Malang 65100 memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Sehingga tidak menutup kemungkinan untuk Kantor Pos Malang 65100 dapat memperluas pangsa pasar jasa pos yang ditawarkan.

Tabel 4.
Matriks SWOT

IFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	
<ol style="list-style-type: none"> Kemudahan akses informasi secara online Armada/transportasi Sistem yang terhubung antar seluruh outlet Loyalitas pelanggan Merupakan Badan Usaha Milik Negara Wilayah kerja yang masih dapat didukung dengan teknologi informasi 	<ol style="list-style-type: none"> SDM yang kurang terlatih dalam pemanfaatan teknologi informasi Kekurangan staf Teknologi Informasi di Kantor Pos Malang 65100 Kualitas SDM akan teknologi informasi yang belum tersebar merata di semua bidang Kualitas sarana teknologi informasi yang belum maksimal Punish & reward yang masih kurang 		
EFAS	Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
	<ol style="list-style-type: none"> Sistem yang belum beresni antara sesama BUMN Tarif yang kompetitif Meningkatnya bisnis yang berbasis online Kelompok pasar yang masih belum di sentuh Perkembangan UKM Pemahaman masyarakat akan teknologi Informasi Pembangunan infrastruktur teknologi informasi dalam menyambut ASEAN Economic Community. 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan kualitas pelayanan Promosi dan brand image untuk masyarakat Malang Raya. Peningkatan kerjasama dengan pemerintah daerah dan lembaga negara yang berada di Malang Raya. Peningkatan kerjasama dengan BUMN yang dapat mendukung kinerja jasa pos. 	<ol style="list-style-type: none"> Pelatihan kemampuan kinerja bagi SDM Kantor Pos Malang 65100. Peningkatan soft skill bagi pegawai Kantor Pos Malang 65100.
	Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
	<ol style="list-style-type: none"> Perkembangan teknologi informasi. Pertumbuhan perbankan Jumlah kompetitor yang meningkat Pelayanan jasa pos dari sesama BUMN Terbukanya bagi pemodal asing untuk BUMN Pelayanan pos yang ditawarkan oleh maskapai penerbangan. 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan pendapatan dari jasa keuangan. Meningkatkan strategi pelayanan untuk menghadapi persaingan. Mengkomunikasikan terkait pelayanan jasa pos. 	<ol style="list-style-type: none"> Perbaikan kualitas sarana dan prasarana. Pemanfaatan media sosial.

1. Strategi S-O

1) Meningkatkan kualitas pelayanan

Peningkatan kualitas pelayanan sangat diperlukan bagi Kantor Pos Malang 65100 guna meningkatkan pendapatan bagi Kantor Pos Malang 65100. Namun peningkatan kualitas layanan tidak bisa hanya dilakukan oleh Kantor Pos Malang

65100 dikarenakan sistem yang terintegrasi menjadikan pelayanan yang dilakukan harus bersama dengan Kantor Pos yang berada di wilayah lain.

- 2) Promosi dan *brand image* untuk masyarakat Malang Raya

Konsumen melakukan proses yang panjang dalam mengambil keputusan sebelum memilih sebuah produk. Ini dimungkinkan karena konsumen belum memiliki referensi atas produk yang dipilih. Referensi yang digunakan untuk mengambil keputusan terbatas pada kualitas dan harga produk. Proses pengambilan keputusan yang panjang ini kemudian diperpendek melalui proses *branding*. Langkah pengambilan keputusan yang paling memakan waktu yaitu alternatif mencari kebutuhan dan menentukan alternatif yang terbaik, dipangkas disatukan dalam alternatif memilih merek.

- 3) Peningkatan kerjasama dengan pemerintah daerah dan lembaga negara yang berada di Malang Raya

Kantor Pos Malang 65100 adalah unit bisnis dari PT. Pos Indonesia yang 100% dimiliki oleh negara maka kerjasama yang dibangun oleh setiap unit bisnis bersama pemerintah daerah terus berjalan agar dapat meningkatkan pendapatan dari Kantor Pos Malang. Didukung dengan kekuatan utama dari Kantor Pos Malang 65100 yaitu pada wilayah kerja yang mencakup Kabupaten Malang, Kota Malang dan Kota Batu.

- 4) Peningkatan kerjasama dengan BUMN yang dapat mendukung kinerja jasa pos

Teamwork menjadi kunci utama dalam meningkatkan nilai dari adanya BUMN di negeri ini. Bagaimana sesama BUMN yang ada di wilayah Malang Raya dapat bekerja sama bukan hanya untuk meningkatkan pendapatan dari Kantor Pos Malang 65100 namun BUMN yang melakukan kerjasama dengan Kantor Pos Malang dapat keuntungan yang setara, bukan hanya untuk menguntungkan salah satu pihak dari perjanjian kerjasama tersebut.

2. Strategi W-O

- 1) Pelatihan kemampuan kinerja bagi SDM Kantor Pos Malang 65100

Kemampuan kinerja dari pegawai perlu untuk ditingkatkan pelaksanaannya guna tersebarannya SDM yang berkualitas pada setiap bidang-bidang yang ada di Kantor Pos Malang 65100

- 2) Peningkatan *soft skill* bagi pegawai Kantor Pos Malang 65100.

Peningkatan kemampuan *soft skill* seperti kemampuan berbahasa Inggris dan kemampuan penggunaan teknologi informasi yang dinamis perlu untuk diadakan selain guna menunjang kinerja para pegawai Kantor Pos Malang 65100, kemampuan *soft skill* tersebut sebagai nilai utama dalam menghadapi ASEAN *Economic Community*.

3. Strategi S-T

- 1) Meningkatkan pendapatan dari jasa keuangan

Gambar 6.

Pendapatan Kantor Pos Malang 65100



Sumber : Kantor Pos Malang 65100

Melihat data pendapatan dari Kantor Pos Malang 65100 periode Januari – Mei 2016 dimana sumbangsi terbesar bagi pendapatan Kantor Pos Malang 65100 adalah dari produk surat dan paket yakni sebesar 65%. Jasa keuangan menjadi sumber terbesar kedua bagi pendapatan Kantor Pos Malang 65100, dengan pemanfaatan maksimal *outlet-outlet* dari Kantor Pos Malang 65100 yang tersebar di wilayah Malang Raya maka tidak menutup kemungkinan bahwa pendapatan dari jasa keuangan dapat meningkat.

- 2) Perbaiki kualitas sarana dan prasarana

Selain kemampuan dari pegawai yang dapat menunjang kinerja Kantor Pos Malang 65100, kualitas dari sarana dan prasarana Kantor Pos Malang 65100 juga perlu ditingkatkan. Dengan sarana dan prasarana yang baik cenderung akan meningkatkan kinerja dari para pegawai Kantor Pos Malang 65100.

- 3) Pemanfaatan media sosial

Media sosial pada masa modern ini seakan telah menjadi salah satu kebutuhan utama dalam berkomunikasi. Kantor Pos Malang 65100 sebaiknya memanfaatkan fenomena ini guna meningkatkan kedekatan antara Kantor Pos dengan konsumen seperti yang sudah dilakukan oleh perusahaan bisnis yang lain.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Peningkatan promosi dari produk-produk jasa yang ditawarkan oleh Kantor Pos Malang 65100 perlu lagi untuk ditingkatkan. Promosi yang dapat memberikan pemahaman pada masyarakat bahwa Kantor Pos Malang 65100 tidak hanya menawarkan jasa kurir yang berbasis surat-surat dan dokumen, karena perkembangan teknologi yang terus meningkat akan menggantikan sistem kirim mengirim surat dan dokumen fisik. Sehingga, citra Kantor Pos Malang 65100 yang lekat dengan jasa kurir surat dan dokumen dapat beralih ke jasa kurir berbasis paket yang sampai saat ini belum terlalu dipengaruhi oleh perkembangan teknologi pada proses kirinya.
2. Peningkatan kapasitas kualitas pegawai Kantor Pos Malang 65100 melalui pelatihan-pelatihan tentunya dapat berdampak positif bagi peningkatan bisnis. Pelatihan dengan tujuan peningkatan kualitas pegawai tentunya dapat mengecilkkan kelemahan dari Kantor Pos Malang 65100 pada tingkat kualitas pegawai Kantor Pos Malang 65100 dan penyebaran pegawai-pegawai yang kompeten pada setiap bidang yang dimiliki Kantor Pos Malang 65100.
3. Menjalin kerjasama dengan pihak-pihak yang dapat mendukung peningkatan pendapatan tentunya perlu mendapat perhatian penuh apabila memang Kantor Pos Malang 65100 lebih memfokuskan pada konsumen-konsumen korporasi. Pemerintah daerah yang termasuk dalam wilayah kerja Kantor Pos Malang 65100 dapat menjadi awal untuk peningkatan kerjasama agar dukungan dari pemerintah daerah dalam perbaikan serta peningkatan infrastruktur yang dapat menunjang kinerja Kantor Pos Malang 65100 dapat difokuskan oleh setiap pemerintah daerah yang termasuk dalam wilayah kerja Kantor Pos Malang 65100.

DAFTAR PUSTAKA

- Cassidy, A., 2006. *A Practical Guide to Information Systems Strategic Planning 2nd edition*. Boca Rato : Taylor and Francis Group.
- David, Fred R.. 2006. *Strategic Management*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- John, Ward, & Joe, Peppard. 2002. *Strategic Planning for Information Systems*. John wiley & Sons Ltd. West Sussex.
- Kadir, A. .2014. *Pengenalan Sistem Informasi Edisi Revisi*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Luftman, J. .2000. Assessing Business Alignment Maturity. *In Communications of AIS* vol.4, part.14, pp 1-51. Stevens Institute of Technology. New York.
- Nash, John.1995. *Pengertian Sistem Informasi*. Zubair. Jakarta.
- Porter, Michael E.2007. *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Karisma Publishing Grup. Tangerang.
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah kasus bisnis reorientasi konsep perencanaan strategis untuk menghadapi abad 21*. PT Gramedia Pustaka Utama. . Jakarta.
- Rangkuti, F. .2014. *Analisa SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sanusi, A. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Umar, Husein.2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Authors Profile:

Michael Gerrits Kriswanto Remetwa S.Si is a Student on Magister Management Program, University of Merdeka Malang, Indonesia. His research interests are in Management Information Systems, Decision Support System, ArtificialIntelligence, and Web Programming.
Email :Michaelgerrits89@Gmail.com

Dr. Yusaq Tomo Ardianto, SE., MM is a Lecturer in Management Department at the Faculty of Economics and Business, University of Merdeka Malang, Indonesia. His research interests are in Supply Chain Management and Quality, Operational Management and Research Methodology.

Dr. Nanik Sisharini, SE., MM is a Lecturer in Management Department at the Faculty of Economics and Business, University of Merdeka Malang, Indonesia. His research interests are in Supply Chain Management and Quality, Operational Management and Research Methodology.