

INTISARI

Pos Indonesia sebagai organisasi pos pertama di Indonesia merupakan perusahaan yang menghadapi banyak perubahan dalam lingkungan bisnisnya. Perubahan-perubahan ini memaksa mereka untuk mengubah strategi dan juga cara mereka menjalankan bisnis. Pos Indonesia dihadapi oleh perubahan yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti ekonomi, politik, hukum sosial dan teknologi. Dengan adanya perubahan dalam lingkungan bisnisnya, Pos Indonesia telah melakukan usaha besar untuk merevolusi bisnisnya. Perubahan radikal dilakukan dalam enam tahap yaitu *repositioning*, *reinventing*, *reengineering*, *restructuring*, *rightsizing* dan *resource allocation*. Dan disebut sebagai strategi 6R PT Pos Indonesia. Strategi ini digunakan sebagai pedoman dalam era transformasi bisnis.

Melihat pada perubahan dan mengikuti transformasi di bisnis global, Pos Indonesia meredefinisi bisnisnya menjadi luas dan mengembangkan peluang bisnisnya. Layanan utama dari Pos Indonesia adalah komunikasi, logistic, keuangan dan keagenan. Kompetensi inti dari Pos Indonesia adalah pengiriman dan jaringan.

Penelitian ini dilakukan di wilpos VI Jawa Tengah dan DIY menunjukkan bahwa formulasi strategi dari Wilpos ini secara teoritis adalah benar. Analisis yang digunakan adalah analisis perubahan pada lingkungan internal dan eksternal, analisis value chain dan analisis swot. Mengingat strategi yang dilakukan PT Pos Indonesia berlangsung dari tahun 2003-2007 maka hasil yang diperoleh belum menunjukkan yang memuaskan. Namun langkah yang dilakukan dapat dikatakan positif.

ABSTRACT

Pos Indonesia as the first postal organization in Indonesia is a company that faces many changes in its business environment. The changes force them to change its strategy and the way they do their business. Pos Indonesia is faced with changes that influenced by several factors such as economics, politic, law, social and technology. With the changes in business environment, Pos Indonesia had made great effort to revolutionize their business. The radical change was done through six steps, which is called as “strategy 6R PT Pos Indonesia. They are *repositioning, reinventing, reengineering, restructuring, rightsizing and resource allocation*. This strategy is used as guidance in transformation business

Looking at the changes and following the existence of a transformation on global postal business, Pos Indonesia redefines the business to wider and develops its business opportunity. The core services of Pos Indonesia are communications, logistics, financial and agency. The core competences of Pos Indonesia are delivery and network.

This research is conducted in Wilpos VI central Java and DIY, indicating that formulation strategy from this Wilpos is theoretically good. Analysis used by internal and external environments, analysis value chain, analysis SWOT. Considering strategy conducted by PT Pos Indonesia take place from year 2003-2007 hence result obtained by not yet shown the satisfying result. But step done can be told positive.