

REKOMENDASI MARKETING MIX 7P PADA AGEN POS (STUDI PADA AGEN POS KECAMATAN GUBENG SURABAYA)

Muhammad Ardhya Bisma, S.T., MAB¹, Pratiwi Hariningtyas²

¹D4 Logistik Bisnis, Politeknik Pos Indonesia
email: bisma@poltekpos.ac.id

²D4 Logistik Bisnis, Politeknik Pos Indonesia
email: pratiwihariningtyas23@gmail.com

Abstrak

PT Pos Indonesia adalah perusahaan jasa yang bergerak dibidang layanan pengiriman dan layanan jasa keuangan. Seiring berjalannya waktu, PT Pos terus memperbaiki dan memperluas wilayah usahanya dengan merangkul masyarakat dengan menjadikan mitra yaitu Agen Pos. Sebagai pelaku usaha dibutuhkan dukungan pemasaran dengan marketing mix 7P karena kerasnya persaingan yang dihadapi khususnya Agen Pos Putra Mandiri, penurunan jumlah transaksi dan pendapatan yang di alami diharuskan untuk meningkatkan efektivitas dan nilai pelanggan di mata konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan dukungan data kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam hingga titik jenuh kepada pelanggan dan pemilik Agen Pos. Hasil dari analisis pelanggan, pemilik dan pesaing usaha, didapatkan penyebab faktor internal yaitu karena (1) Place, letak lokasi tidak strategis. (2) Produk, tidak memiliki kelengkapan produk jasa layanan Pos. (3) Promosi, tidak proaktif dalam mencari pelanggan, serta tidak memiliki media promosi. (4) Proses, prosedur pelayanan SOP tidak diterapkan. (5) People, etika petugas dalam tidak profesional. (6) Physical evidence, fasilitas Agen Pos Mandiri kurang lengkap dan tidak sesuai dengan Kantor Pos umumnya. Dapat disimpulkan dengan diberikan solusi bisnis untuk Agen Pos Putra Mandiri yaitu merekomendasikan marketing mix 7P secara keseluruhan.

Kata Kunci: *Marketing Mix 7P, Agen Pos.*

1. PENDAHULUAN

Pada saat ini, perkembangan pada sektor ekonomi mengalami pertumbuhan yang pesat dan memiliki kemudahan dalam regulasi membuat sejumlah industri tumbuh pesat. Hal ini mempengaruhi perkembangan di bidang industri jasa yaitu salah satunya jasa kurir dan pengiriman. Dalam hal ini, perusahaan dituntut untuk lebih meningkatkan kinerja dari perusahaan agar mampu bersaing di pasar, dan perusahaan dinilai harus bisa memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan dari konsumen agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan untuk para pelanggannya.

Seiring perkembangan dan persaingan di era serba digital saat ini, perusahaan berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan dan memperbaiki *system* pelayanan dan memperbanyak usaha baru, salah satunya PT Pos Indonesia yang terus berupaya menemukan sumber sumber pendapatan baru serta modern dan berjalannya waktu, PT Pos terus memperbaiki dan memperluas wilayah usahanya dengan merangkul masyarakat agar menjadi bagian dari

perusahaannya, dengan cara menjadikan mitra yang bernama Agen Pos, dengan adanya hal ini tentu menjadi sumber pendapatan baru bagi PT Pos Indonesia dan membuka peluang bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan yang ada. Seiring berjalannya waktu, Agen Pos bisa mendapatkan omset hingga puluhan juta rupiah tiap bulannya, tidak sedikit juga yang mendapatkan omset besar tersebut dalam waktu yang relatif pendek sejak pembukaan. Akan banyak juga Agen Pos yang omset bulannya masih di bawah target, sehingga perlu adanya peningkatan. Seperti pada satu kecamatan di Kota Surabaya, yaitu Kecamatan Gubeng. Dimana di dalam satu kecamatan ini memiliki 4 Agen Pos Outlet yang tersebar, yaitu Agen Pos Kertajaya, Agen Pos Putra Mandiri, Agen Pos Bratang, dan Agen Pos Zero 8. Tabel 1 dibawah, merupakan jumlah transaksi pengiriman surat dan paket di Agen Pos dalam rentang periode bulanan.

Tabel 1 Jumlah Transaksi Bulanan 2021

Periode (Bulan)	Jumlah Transaksi			
	Agen Pos Kertajaya	Agen Pos Putra Mandiri	Agen Pos Bratang	Agen Pos Zero 8
1	2676	788	2883	1894
2	2722	746	2482	1369
3	2469	655	2070	1456
Total	7867	2189	7435	4719
Rataan	2622	729	2478	1573

Sumber: Arsip Kantor Pos Surabaya, 2021

Pada tabel 2 dibawah merupakan data jumlah pendapatan disetiap Agen Pos Outlet di Kecamatan Gubeng, untuk total penghasilan tiga bulan terakhir yang tertinggi adalah Agen Pos Kertajaya, Agen Pos Bratang dan Agen Pos Zero 8. Agen Pos Putra Mandiri memiliki omset yang masih jauh dari pendapatan Agen Pos lain yang ada di Kecamatan Gubeng, yaitu dengan total sebesar Rp 44.561.000,- di awal triwulan 2021 dan di setiap bulannya sendiri mengalami penurunan yang cukup signifikan.

Tabel 2 Pendapatan Bulanan 2021

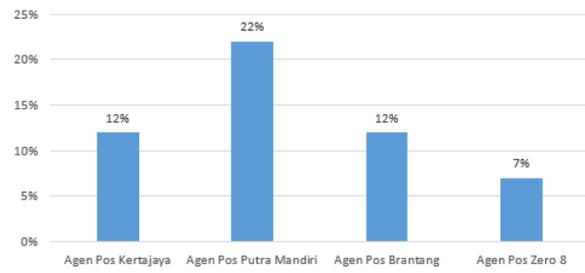
Periode (Bulan)	Pendapatan			
	Agen Pos Kertajaya	Agen Pos Putra Mandiri	Agen Pos Bratang	Agen Pos Zero 8
1	Rp69.330.000	Rp18.950.000	Rp56.299.960	Rp34.770.000
2	Rp69.480.000	Rp13.951.000	Rp52.720.000	Rp30.848.000
3	Rp53.860.000	Rp11.660.000	Rp43.510.000	Rp29.826.000
Total	Rp192.670.000	Rp44.561.000	Rp152.529.960	Rp95.444.000

Sumber: Arsip Kantor Pos Surabaya, 2021

Dapat dilihat dari grafik pada gambar 1 bahwa rata-rata persentase penurunan pada Agen Pos Putra Mandiri sangat tinggi dibandingkan dengan Agen Pos lainnya. Hal ini dapat disimpulkan bahwa potensi terhadap hasil pendapatan dari Agen Pos Putra Mandiri sangat rendah dibandingkan dengan Agen Pos lainnya yang ada di Kecamatan Gubeng. Selain melihat dari hasil persentase, dapat dilihat dengan gambar sebagai berikut, Guna menelaah atau mengeksplorasi indikasi penurunan jumlah transaksi dan pendapatan pada Agen Pos Putra Mandiri, penulis melakukan perhitungan rasio rata-rata transaksi per jumlah penduduk sebagai pendekatan untuk memperkirakan pangsa pasar dari masing-masing Agen Pos. Perhitungan tersebut digunakan berdasarkan kerangka perhitungan untuk mengetahui potensial pangsa pasar (William J.S, 1984) dalam (F.S. Siburuan, dkk, 2017: 465-474) sehingga dapat dilihat bahwa hasil rasio pada Agen Pos di Kecamatan Gubeng guna untuk mengukur pangsa pasar dengan menghitung rasio jumlah transaksi dan

Gambar 1 Persentase Penurunan Pendapatan Agen Pos Kecamatan Gubeng

terhadap jumlah penduduk di setiap Kelurahan pada Agen Pos tersebut berdiri.



Hasil dari perhitungan tersebut, terlihat di Kelurahan Mojo yang memiliki jumlah penduduk yang cukup besar akan tetapi jumlah transaksi yang rendah sehingga tidak menjamin bahwa memiliki jumlah pangsa pasar pada demografi penduduk yang tinggi akan memiliki potensial pasar yang tinggi. Hal ini dapat dibandingkan dengan ketiga Agen Pos lainnya dengan memiliki jumlah penduduk demografi yang rendah akan tetapi memiliki jumlah transaksi yang tinggi walaupun Agen Pos Zero hanya memiliki persentase 10,53%, akan tetapi hal ini seimbang dengan jumlah penduduk dengan jumlah transaksi dibandingkan pada Agen Pos Putra Mandiri yang memiliki persentase rasio jumlah transaksi terhadap jumlah penduduk yang cukup rendah yaitu 1,53%. Hal ini dapat dinilai bahwa demografi pada Kelurahan Mojo memiliki jumlah yang tinggi akan tetapi pada hasil rasio terhadap jumlah transaksi dengan jumlah penduduk yang rendah di antara ketiga Agen Pos lainnya yang terdapat di setiap kelurahan di Kecamatan Gubeng.

Gambar 2 Rataan Jumlah Transaksi Terhadap Jumlah Penduduk Kelurahan Mojo



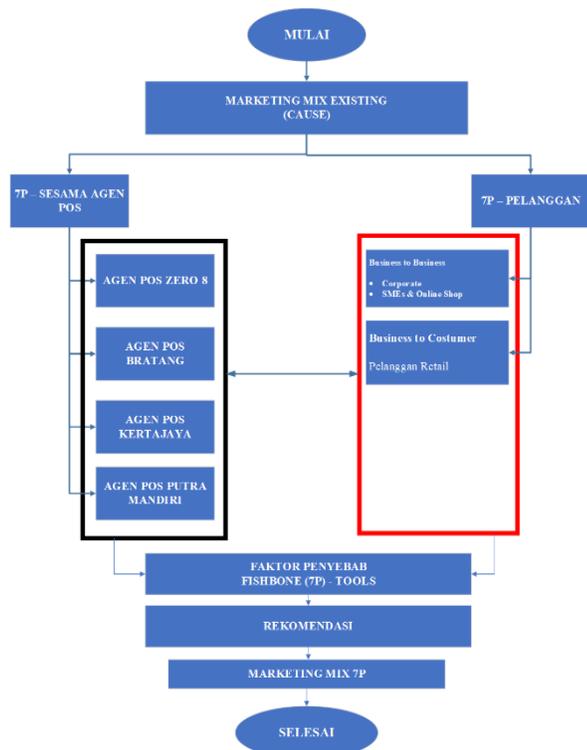
2. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif, dimana penelitian ini lebih menekankan pada makna dan proses dari pada hasil suatu aktivitas. Menurut Imam Suprayogo (2001: 1) Penelitian yang menggunakan

metode penelitian kualitatif, yaitu suatu pengamatan dengan wawancara, atau penelaah dokumen serta penelitian kontekstual yang menjadikan manusia sebagai instrument, dan disesuaikan dengan situasi yang wajar dengan kaitannya berupa pengumpulan data yang pada umumnya bersifat kualitatif. Alasan penelitian ini menggunakan metode kualitatif, karena pada penelitian ini menjadikan manusia sebagai instrumen, pengamatan yang dilakukan dengan wawancara dan disesuaikan dengan situasi yang wajar dalam mengaitkan pengumpulan data.

Rancangan analisis yang dibuat dalam penelitian digunakan untuk mempermudah dan memperjelas setiap proses penyelesaian dari satu tahap ke tahap berikutnya, dalam melakukan penelitian ini penulis membuat tahapan rancangan analisis yang akan dijelaskan pada alur gambar dibawah ini,

Gambar 3 Rancangan Analisis



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu, akan dijelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil dari pelanggan Agen Pos di wilayah Kecamatan Gubeng. Adapun data mengenai jenis kelamin responden pelanggan Agen Pos di Kecamatan Gubeng adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Jenis Kelamin Responden B2C

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	14	63,63
2	Perempuan	8	36,37
	Jumlah	22	100

Sumber: Hasil Analisis, 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel 3 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden pelanggan Agen Pos di Kecamatan Gubeng yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 14 orang, sedangkan sisanya adalah responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 8 orang. Adapun data mengenai usia responden pelanggan Agen Pos di Kecamatan Gubeng adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Rentang Usia Responden B2C

No	Rentang Usia	Frekuensi	Persentase
1	11-20 tahun	3	13,63
2	21-30 tahun	9	40,90
3	31-40 tahun	8	36,37
4	41-50 tahun	2	9,10
	Total	22	100

Sumber: Hasil Analisis, 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel 4 diatas ini memperlihatkan bahwa pelanggan Agen Pos di Kecamatan Gubeng yang diambil sebagai responden sebagian besar rentan usia 21-40 tahun. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden rentang usia 21-30 tahun sebanyak 9 orang dan yang berusia 21-30 tahun sebanyak 8 orang. Adapun data mengenai jenis responden pelanggan Agen Pos di Kecamatan Gubeng adalah sebagai berikut:

Tabel 5 Proporsi Responden B2C dan B2B

No	Jenis Pelanggan	Frekuensi	Persentase
1	<i>Bisnis to bisnis</i>	9	40
2	<i>Bisnis to customer</i>	13	60
	Total	22	100

Berdasarkan keterangan pada tabel 5 diatas, dapat diketahui tentang jenis responden pelanggan Agen Pos di Kecamatan Gubeng yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah jenis pelanggan *bisnis to customer*, yaitu sebanyak 13 orang, sedangkan sisanya adalah reponden pelanggan *bisnis to bisnis* yaitu sebanyak 9 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari pelanggan Agen Pos di Kecamatan Gubeng adalah pelanggan *bisnis to customer*.

Pendapat dari pelanggan Agen Pos pada unsur masalah *marketing mix 7P* melalui hasil wawancara kepada responden dari pelanggan Agen Pos di Kecamatan Gubeng,

pendapat tersebut digunakan untuk membuktikan penyebab internal dalam penurunan jumlah transaksi dan pendapatan pada Agen Pos Putra Mandiri terhadap Agen Pos lainnya yang berada di Kecamatan Gubeng dengan melihat pendapat dari hasil wawancara kepada responden pelanggan Agen Pos. Di akhir hasil wawancara, kesimpulan analisis akan tersedia.

Tabel 6 Analisis 7P Pelanggan B2C dan B2B

Dimensi	Temuan Masalah
Place	<ol style="list-style-type: none"> Masing-masing warga kelurahan Kecamatan Gubeng melakukan transaksi di masing-masing Agen Pos yang berdiri di setiap Kelurahan, kecuali Warga Kelurahan Mojo lebih memilih ke Kertajaya dikarenakan memiliki produk lebih lengkap dan lebih diketahui letak lokasi outlet Agen Pos Kertajaya dibandingkan dengan Agen Pos Putra Mandiri yang wilayahnya berada di beda Kelurahan yaitu, Kelurahan Kertajaya. Tempat Agen Pos Putra Mandiri tidak strategis dan tidak terlihat dari sisi arah manapun. Letak outlet Agen Pos Putra Mandiri yang berdekatan dengan Agen Pos Kertajaya.
Produk	Agen Pos Putra Mandiri hanya memiliki layanan jasa kiriman surat dan paket sehingga hal ini tidak menarik perhatian warga kelurahan Mojo untuk melakukan transaksi pada Agen Pos ini dikarenakan tidak dapat dilakukan transaksi layanan lainnya seperti pada layanan Agen Pos lainnya yang ada di Kecamatan Gubeng.
Price	Harga dari layanan produk jasa pada setiap Agen Pos sudah diatur oleh sistem pos sesuai dengan wilayah tempat berdiri outlet tersebut, akan tetapi terdapat perbedaan dari Agen Pos Kertajaya yaitu terdapat adanya potongan harga untuk menarik pelanggan oleh Agen Pos Kertajaya, sehingga membuat pelanggan menjadi tertarik khususnya pada pelanggan Agen Pos Putra Mandiri yang dulu bertransaksi pada outlet ini sekarang beralih ke Agen Pos Kertajaya.
Promosi	<ol style="list-style-type: none"> Agen Pos Putra Mandiri tidak proaktif dalam melakukan kegiatan promosi, hal ini ditunjukkan dalam media promosi yang digunakan selama ini hanya banner, sehingga pelanggan wilayah kelurahan Mojo tidak mengetahui adanya Agen Pos Putra Mandiri di wilayah Kelurahan ini. Sebaliknya dengan Agen Pos Kertajaya, yang memiliki lokasi outlet berdekatan ini dalam menjalankan usahanya melakukan penawaran kepada pelanggannya seperti pelanggan Agen Pos Kertajaya yang melakukan penawaran potongan harga apabila melakukan transaksi lebih banyak. Hal ini tidak seperti Agen Pos Putra Mandiri yang kurang proaktif dalam kegiatan promosi untuk menjalankan usahanya. Tidak mempunyai ciri khas tertentu dalam menjalankan usaha jadi tidak terlihat bahwa adanya Agen Pos Putra Mandiri berdiri.
People	<ol style="list-style-type: none"> Respon dari pelanggan menyatakan bahwa pelayanan dari petugas Agen Pos Putra Mandiri yang lama selain itu petugas dalam melayani kurang gesit. Tidak hanya itu saja, menurut pelanggan dalam proses pelayanan, petugas Agen Pos Mandiri tidak ramah kepada pelanggannya.

Dimensi	Temuan Masalah
	<ol style="list-style-type: none"> Petugas Agen Pos Putra Mandiri yang sering terjadi salah tulis alamat atau kurang <i>knowlagde</i> dalam wawasan kode pos
Proses	<ol style="list-style-type: none"> Dalam proses pelayanan, Agen Pos Putra Mandiri sangat lambat dan lama. Proses pelayanan Agen Pos Putra Mandiri tidak sesuai dengan SOP yang sudah dibuat, yaitu pada saat pelanggan datang tidak dilakukan <i>greeting customer</i>, sehingga membuat pelanggan kecewa dan kurang menarik karena layanan Agen Pos yang dirasa cukup kurang dan salah satu proses yang tidak dilakukan.
Physical Evidance	<ol style="list-style-type: none"> Tidak mempunyai ruang tunggu untuk Agen Pos Putra Mandiri, sehingga menyebabkan ketidaknyamanan pelanggan dalam menunggu proses transaksi, hal ini juga terbukti bahwa kondisi outlet tidak mirip dengan Kantor Pos pada umumnya yang memiliki ruang tunggu yang cukup luas. Ruangan yang kurang tertata rapi, sehingga menjadi kurang minat pelanggan untuk datang lagi ke outlet Agen Pos Putra Mandiri, serta layanan transaksi yang tidak lengkap, sehingga tidak seperti pada Kantor Pos umumnya.

Sumber: Hasil Analisis, 2021

Selain penajakan terhadap pelanggan retail (, dilakukan pula penajakan terhadap pemilik dari setiap Agen Pos pada setiap kelurahan di Kecamatan Gubeng: Pendapat pemilik tentang masalah *marketing mix 7P* melalui hasil wawancara kepada pemilik Agen Pos di Kecamatan Gubeng yang sudah berjalan, pendapat tersebut digunakan untuk membuktikan penyebab internal dalam penurunan jumlah transaksi dan pendapatan pada Agen Pos Putra Mandiri terhadap Agen Pos lainnya yang berada di Kecamatan Gubeng.

Tabel 7 Analisis 7P Pemilik Agen Pos

Dimensi	Temuan Masalah
Produk	Kurangnya produk jasa tambahan seperti layanan jasa pembayaran dan kiriman COD untuk pembayaran cukup untuk para <i>onlineshop</i> yang berada di Kecamatan Gubeng, sehingga menjadi pelanggan memilih Agen Pos lain dibandingkan dengan Agen Pos Putra Mandiri untuk melakukan transaksi, karena pelanggan dalam bertransaksi lebih memilih dan sekaligus melakukan transaksi yang tidak memakan waktu banyak serta melakuakn transaksi dalam satu tempat, selain itu lebih memilih Agen Pos yang mempunyai kelengkapan dalam layanan bertransaksi.
Price	Agen Pos Kertajaya dalam menarik perhatian pelanggan Agen Pos Kertajaya berani memberi diskon sehingga menjadikan ketertarikan pelanggan dalam bertransaksi khususnya pada <i>onlineshop</i> .
Place	Lokasi untuk Agen Pos Putra Mandiri ini sangat berdekatan dengan Agen Pos Kertajaya, sehingga menjadikan kalah persaingan dalam menjalankan

Dimensi	Temuan Masalah
	usaha karena secara tempat sudah strategis akan tetapi dalam wilayah sangat berdekatan dan tempat Agen Pos Putra Mandiri tidak memiliki penanda yang menunjukkan letak outlet Agen Pos Putra Mandiri berdiri. Selain itu, letak posisi Agen Pos Kertajaya dan Agen Pos Putra Mandiri berada pada satu jalan raya utama pada Kecamatan Gubeng, hal ini yang menyebabkan pelanggan lebih memilih ke Agen Pos Kertajaya karena letak posisinya lebih terlihat disisi jalan dan terdapat penanda di pinggir jalan, sedangkan Agen Pos Putra Mandiri tidak mempunyai itu semua.
Promotion	Kegiatan promosi pada Agen Pos Putra Mandiri tidak ada, hanya mengandalkan orang yang datang ke Agen Pos dalam bertransaksi sehingga tidak ada kegiatan proaktif dalam menjalankan promosi untuk meningkatkan penjualan, hal ini yang menyebabkan ketidaktahuan orang pada Agen Pos Putra Mandiri. Sehingga pada setiap bulannya mengalami penurunan dalam jumlah transaksi pada Agen Pos Putra Mandiri ini dibandingkan dengan Agen Pos lainnya yang berusaha dalam mencari pelanggan untuk meningkatkan jumlah transaksi dan pendapatannya dengan cara membagikan brosur, memasang banner di depan toko dan mengajak kerjasama melalui pesan seluler, dengan memanfaatkan sosial media dan mengajak kerjasama dengan mendatangi perusahaan ataupun usaha <i>onlineshop</i> yang sedang digeluti oleh warga Kelurahan Mojo khususnya warga Kecamatan Gubeng.
People	Menjalankan usaha memang dibutuhkan orang-orang yang kreatif, cekatan dan ramah dalam melakukan pelayanan, pada Agen Pos Putra Mandiri ini karena faktor usia yang lebih tua dibandingkan dengan Agen Pos lainnya yang memiliki karyawan serta masih muda, sehingga memiliki wawasan yang luas serta pelayanan yang gesit, hal ini menjadikan kelemahan bagi Agen Pos Putra Mandiri dalam menjalankan usahanya dibandingkan dengan outlet Agen Pos lainnya.
Proses	Kegiatan pada proses tidak ada perbedaan, untuk Agen Pos Kertajaya, Bratang dan Zero 8 mempunyai strategi sendiri dalam melakukan transaksi dengan mendahulukan kiriman yang pickup tanpa meninggalkan atau menggeser waktu pelayanan pelanggan yang datang langsung ke outlet, sedangkan untuk proses di Agen Pos Putra Mandiri, hanya melakukan dengan sendiri jadi untuk kegiatan pickup menunggu jam istirahat atau jam tutup outlet dan baru di entry pada hari berikutnya, hal ini yang menjadikan perbedaan dan perlambat kiriman yang tidak langsung di proses. Selain itu kegiatan ini tidak sesuai dengan aturan SOP yang diatur dalam proses pelayanan jasa kiriman surat dan paket oleh Kantor Pos, hal ini menjadi kelemahan Agen Pos Putra Mandiri karena dapat meperlambat waktu layanan kiriman dan tidak sesuai aturan. Untuk layanan korporate sudah tidak tersedia, hal ini dikarenakan sudah ditarik oleh Kantor Pos Surabaya, dan dilakukan proses di SLPK sehingga hal ini juga yang salah satunya

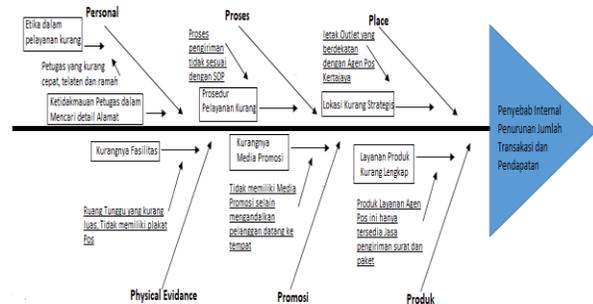
Dimensi	Temuan Masalah
	penyebab dari penurunan jumlah transaksi dan pendapatan dari Agen Pos Mandiri.
Physical Evidence	Keadaan outlet Agen Pos ini sudah menyerupai dengan Kantor Pos pada umumnya, hanya saja yang memiliki perbedaan yang sedikit menonjol adalah Agen Pos Putra Mandiri, yaitu tidak memiliki palang atau tanda khusus yang mengidentitaskan bahwa itu adalah outlet dari Agen Pos Putra Mandiri sedangkan, yang pembeda lagi Agen Pos Putra Mandiri hanya bisa pelayanan jasa kirim surat dan paket saja, untuk layanan pembayaran jasa keuangan tidak dapat dilakukan, hal ini menjadikan pembeda dengan keadaan Kantor Pos Sebenarnya.

Sumber: Hasil Analisis, 2021

Pada saat ini persaingan usaha antar Agen Pos di wilayah Kantor Pos Surabaya semakin ketat, selain itu diterapkan target minimal perkembangan setiap bulannya pada jumlah pendapatan setiap Agen Pos. Oleh karena itu, dilakukan analisis *competitor* yang akan difokuskan pada *head-to-head competitor* Agen Pos khususnya di Kecamatan Gubeng, karena Kecamatan Gubeng merupakan pusat kota administrasi dari kota Surabaya.

Analisis Cause and Effect Diagram

Cause and effect diagram, atau lebih dikenal dengan istilah diagram tulang ikan (*fishbone diagram*), diagram ini berguna untuk menganalisa dan menemukan faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan di dalam menentukan karakteristik kualitas output kerja. Disamping itu juga diagram ini berguna untuk mencari penyebab yang sesungguhnya dari suatu masalah. Berdasarkan eksplorasi masalah bisnis melalui analisis sebelumnya, yang meliputi penilaian analisis pelanggan, analisis Agen Pos, Analisis Pesaing, dapat disimpulkan bahwa ada beberapa akar masalah penyebab internal yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi turunnya jumlah transaksi dan pendapatan Agen Pos Putra Mandiri.



Gambar 4 Analisis Cause and Effect Diagram 7P

Sumber: Hasil Analisis, 2021

Rekomendasi Marketing Mix 7P

Pada tahapan ini akan diberikan implementasi *marketing mix 7P* yang diusulkan guna untuk meromendasikan agar terjadi peningkatan jumlah transaksi dan pendapatan Agen Pos Putra Mandiri. Usulan rekomendasi yang berikan ini mengacu pada akar permasalahan dengan melihat kondisi Agen Pos Putra Mandiri yang akan menitikberatkan pada pentingnya pengiklanan yang mendorong jumlah transaksi dan pendapatan Agen Pos menjadi meningkat.

Tabel 8 Rekomendasi Perbaikan 7P

No	Dimensi	Kondisi Eksisting	Rekomendasi	Penjelasan
1.	Place	Lokasi Kurang Strategi	Memilih untuk pindah tempat dan jaraknya tidak berdekatan dengan Agen Pos lainnya. Selain itu memberi ciri khusus bahwa terdapat Agen Pos di Kelurahan Mojo.	Karena letak lokasi yang berdekatan dengan agen pos lain menjadi salah satu faktor utama, selain itu penanda ciri khusus dibutuhkan sebagai penanda bahwa terdapat Agen Pos di Kelurahan Mojo, sehingga dapat terlihat dari sisi jalan dan dapat berfokus pada target yaitu warga Kelurahan Mojo
2.	Produk	Layanan Produk Kurang Lengkap	Menambah layanan produk jasa lainnya.	Karena menambah produk jasa layanan membuat pelanggan lama akan kembali untuk bertransaksi lagi, dan pelanggan dapat bertransaksi produk lainnya tidak hanya layanan pengiriman surat dan paket

No	Dimensi	Kondisi Eksisting	Rekomendasi	Penjelasan
				seperti layanan jasa keuangan
3.	Promosi	Kurang Media Promosi	Menambah media promosi dengan melakukan penawaran kerja sama dengan pembisnis di Kelurahan Mojo khususnya kepada para kaum pemuda. Selain itu juga mengajak kerjasama dengan pengrus kantor administrasi di wilayah Kelurahan Mojo	Supaya seluruh masyarakat Kelurahan Mojo mengetahui adanya Agen Pos Putra Mandiri serta menambah pelanggan sehingga dapat menambah jumlah transaksi dan pendapatan.
4.	Proses	Prosedur Pelayanan tidak sesuai harapan pelanggan	Prosedur SOP yang harus diterapkan dan diperbaiki	Kepuasan pelanggan dan kepastian bahwa pelanggan mendapatkan pelayanan yang terstandar
5.	People	Etika Dalam Pelayanan Kurang, Ketidakmampuan Petugas dalam mencari detail Kode Pos sesuai dengan alamat yang ditulis	Perubahan petugas Agen Pos yang lebih mudah atau mengambil karyawan minimal 1, dan belajar serta lebih teliti agar tidak mengecewakan pelanggan, selain itu harus bersikap yang lebih ramah lagi	Karena faktor usia, jadi petugas harus lebih <i>fresh</i> , pelayanan yang baik serta pengetahuan tentang Kode Pos yang masih bisa terkontrol dan berwawasan tinggi, sehingga pelanggan lebih puas dan tidak merasakan kecewa atas pelayanan petugas.

No	Dimensi	Kondisi Eksisting	Rekomendasi	Penjelasan
6.	<i>Physical Evidence</i>	Kurangnya Fasilitas dalam ruang tunggu serta keberadaan plakat pos	Lebih dilengkapi fasilitas yang belum tersedia di Agen Pos Putra Mandiri	Pelanggan merasa nyaman dalam menunggu transaksi. Selain itu adanya plakat pos di depan outlet diharapkan dapat menarik perhatian dan dapat mudah diketahui bahwa terdapat Agen Pos di Kelurahan Mojo.
7.	<i>Price</i>	Sesuai dengan sistem.	n/a	n/a

Sumber: Hasil Analisis, 2021

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pelanggan, analisis Agen Pos serta Analisis Pesaing dapat ditemukan bahwa faktor-faktor internal penyebab terjadinya penurunan jumlah transaksi dan pendapatan Agen Pos berdasarkan hasil temuan dari diagram *fishbone* dengan unsur dimensi *marketing mix 7P* antara lain, *Place*, karena letak lokasi Agen Pos Putra Mandiri yang tidak strategis dimana letaknya berada pada satu jalan besar dengan Agen Pos Kertajaya. Produk, Agen Pos Putra Mandiri tidak memiliki kelengkapan Produk jasa layanan Pos, dan hanya tersedia layanan jasa pengiriman surat dan paket. Promosi, Agen Pos Putra Mandiri tidak proaktif dalam mencari pelanggan, serta tidak memiliki media promosi selain menggandalkan pelanggan yang datang ke outlet. Proses, prosedur pelayanan SOP tidak diterapkan secara benar dan sesuai dengan aturan yang ditetapkan. People, etika petugas dalam melakukan pelayanan yang tidak profesional selain itu juga ketidakmampuan petgas dalam melakukan pencarian detail alamat agar tidak terjadi kesalahan dalam penulisan kode pos sehingga salah dalam penulisan. *Physical evidence*, dimana fasilitas Agen Pos Mandiri yang dimiliki kurang lengkap dan tidak sesuai dengan Kantor Pos pada umumnya sehingga membuat pelanggan merasa kurang puas. Setelah diketahui faktor-faktor penyebab internal dari penurunan jumlah transaksi dan pendapatan maka diberikan rekomendasi dengan cara memberikan usulan dan melihat kondisi lingkungan berdirinya Agen Pos Putra Mandiri serta di implementasikan pada solusi bisnis

dengan memberikan rekomendasi berdasarkan unsur pada dimensi *marketing mix 7P*. Pada setiap bulannya perlu dilakukan evaluasi mandiri oleh Agen Pos Putra Mandiri, agar diketahui bahwa jumlah dari transaksi dan pendapatan ini mengalami penurunan atau tidak, jika iya dapat diketahui apa penyebab terjadi hal tersebut. Sehingga faktor-faktor tersebut dapat diperbaiki sebelumnya bahwa apa saja yang berpengaruh pada pasar bisnis yang terjadi. Melakukan rencana pengiklanan sesuai dengan faktor-faktor masalah internal yang terjadi, khususnya pada kegiatan pengiklanan yaitu petugas harus melakukan kegiatan pemasaran agar terjadi peningkatan terhadap jumlah transaksi dan pendapatan, karena agar tidak kalah saing dengan Agen Pos lainnya.

5. REFERENSI

BUKU

- Assuri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press
- Jauch, Lawrence R. Dan Wilian F. Glueck. 1999. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Edisi Ketiga. Alih Bahasa: Muraddan AR. Henry Sitanggang. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Renald. 1998. *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi Targeting dan Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lovelock, Christopher H & Lauren K Wright. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks
- Murdiyatmoko, J. 2010. *Sosiologi: Memahami dan Mengkaji Masyarakat*. Jakarta: PT. Grafindo Media Pratama.
- Priansa, Donny Juni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer Bandung*: Alfabeta.
- Swastha, Basu. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi Peretama, Cetakan Ketiga, Penerbit BPFE, Yogyakarta.

JURNAL

- Amrullah, Pamasang S. Siburian, Saida Zainurossalamia ZA. 2016. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Indonesia. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Volume 13, (2), 2016.
- Didin Fatihudin, Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish, 2019

- Dimas Hendika Wibowo, z. a. 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 29 No.1 Desember 2015, 60-61.
- Dimas Irfan Anshari, Ari Pradhanawati, Widayanto Widayanto. 2016. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Agenpos (Studi Pada Agenpos Kota Semarang)* Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis 5 (1), 77-84, 2016
- Hari Wijaya, Hani Sirine. 2016. *Strategi segmenting, targeting, positioning serta strategi harga pada perusahaan Kecap Blekok di Cilacap*. Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship 1 (03), 175-190, 2016
- Labaso, S. 2019. *Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta*. MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 3(2), 289–311.
- Rismiati dan Ig. Bondan Suratno, 2001. *Pemasaran Barang dan Jasa*, Kanisius, Yogyakarta
- Sylvia Tri Astina. 2016. *Analisis Segmentation, Targeting, dan Positioning dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing melalui Strategi Pemasaran di Toko Pia Cap Mangkok Cabang Semeru*.
- Widjaya, P. G. 2017. *Analisis Segmenting, Targeting, Positioning Dan Marketing Mix Pada Pt. Murni Jaya*. AGORA Vol. 5, No. 1.

SURAT KABAR

- Rahman, Abdul. (2017, Desember 14). *Jasa Kurir Diprediksi Tumbuh Dua Digit*. Indonesia
- Supriyatna, Iwan. (2020, Maret 08). *Populix: Faktor Pentingnya Riset Bagi UMKM dan Pelajar*. Indonesia