

**ANALISIS STRATEGI BRANDING PT POS INDONESIA CABANG  
PONOROGO DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN JASA EKSPEDISI**

**SKRIPSI**



Oleh :

**FAHIIM KHILDA 'AFFIFULLOH**

**NIM : 20240866**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2024**

**HALAMAN LOGO**



**ANALISIS STRATEGI BRANDING PT POS INDONESIA CABANG  
PONOROGO DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN JASA EKSPEDISI**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-tugas Akhir dan

Memenuhi Syarat-syarat Untuk Mencapai

Gelar Sarjana dalam Ilmu Sosial dan

Ilmu Politik di Jurusan

Ilmu Komunikasi



Oleh :

**FAHIIM KHILDA 'AFFIFULLOH**

**NIM : 20240866**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2024**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Fahiim Khilda 'Affifulloh / 20240866 ini,  
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 02 Juli 2024

Pembimbing I



**Krisna Megantari, S.Sos., M.A**  
NIDN. 0724048604

Pembimbing II



**Ayub Dwi Anggoro, Ph.D**  
NIDN. 0725038605

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Fahiim Khilda 'Affifulloh / 20240866 ini,

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada hari : Selasa

Tanggal : 23 Juli 2024

Pukul : 10.00 WIB

### DEWAN PENGUJI

**Penguji I**



**Dra. Niken Lestarini, M.Si**  
NIDN. 0020066503

**Penguji II**



**Ayub Dwi Anggoro, Ph.D**  
NIDN. 0725038605

**Penguji III**



**Krisna Megantari, S.Sos., M.A**  
NIDN. 0724048604

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Ayub Dwi Anggoro, Ph.D**  
NIK. 19860325 201309 12

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fahim Khilda 'Affifulloh

Alamat : Desa Kradenan, Kec. Jetis, Kab. Ponorogo, Jawa Timur

NIM : 20240866

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul **ANALISIS STRATEGI BRANDING PT POS INDONESIA CABANG PONOROGO DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN JASA EKSPEDISI** adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya Ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 31 Juli 2024

Yang menyatakan



1000  
REPUBLIK INDONESIA  
METERAI  
TEMPEL  
BBBALX230639728

Fahim Khilda 'Affifulloh

## HALAMAN MOTTO

“ Buatlah Dirimu Beda Meskipun Anda Kecil “

( Komandan Patjul )



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Branding PT Pos Indonesia Cabang Ponorogo Dalam Menghadapi Persaingan Jasa Ekspedisi”.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Megantari, S.Sos., M.A, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan selaku Dosen Pembimbing.
3. Seluruh informan yang telah memberikan waktu dan informasi selama proses penelitian



4. Kedua orang tua penulis, Bapak Asmungi dan Ibu Handayani, Kakak, dan seluruh keluarga yang memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan yang luar biasa.
5. Kepada partner sekaligus sahabat Nanda Bayu Aji dan Adlha Firdaus Mahardika serta seluruh rekan seperjuangan yang telah membantu dan memberikan motivasi selama proses penelitian.

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik, dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.



Ponorogo, 02 Juli 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
A. Branding.....	8
B. Strategi Branding.....	9
C. Strategi Branding Marketing Mix.....	9
D. PT. Pos Indonesia.....	15
E. Jasa Ekspedisi.....	16
F. Ekspedisi.....	17
G. Kerangka Pikir.....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>19</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	19
B. Kehadiran Peneliti.....	19
C. Lokasi Penelitian.....	20
D. Sumber Data.....	20
E. Metode Pengumpulan Data.....	22
F. Analisis Data.....	23
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	25
H. Tahap-tahap Penelitian.....	25
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>27</b>
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>72</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>77</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Top Brand Award 2024 Kategori Jasa Kurir .....	5
Gambar 4.1 Akun Media Sosial PT Pos Indonesia Cabang Ponorogo .....	37
Gambar 4.2 Promo 6.6 .....	38
Gambar 4.3 Lokasi PT Pos Indonesia Cabang Ponorogo .....	46
Gambar 4.4 Logo PT Pos Indonesia .....	61



## **ABSTRAK**

### **ANALISIS STRATEGI BRANDING PT POS INDONESIA CABANG PONOROGO DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN JASA EKSPEDISI**

**Fahiim Khilda ‘Affifulloh**

**20240866**

Penelitian ini menganalisis strategi branding pt pos Indonesia cabang ponorogo dalam menghadapi persaingan jasa ekspedisi.

Penelitian ini menganalisis strategi branding PT Pos Indonesia Cabang Ponorogo dalam menghadapi persaingan jasa ekspedisi dengan menggunakan teori Mix Marketing 11P. Teori ini meliputi Product, Promotion, People, Place, Price, Process, Power, Physical Evidence, Public Relation, Patnerships, dan Positioning. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Pos Indonesia Cabang Ponorogo telah melakukan berbagai strategi branding untuk meningkatkan daya saingnya di pasar jasa ekspedisi. Strategi yang diterapkan antara lain adalah peningkatan kualitas produk dan layanan, penetapan harga yang kompetitif, perluasan jaringan distribusi, promosi yang efektif, pelatihan dan pengembangan karyawan, penyempurnaan proses operasional, peningkatan bukti fisik seperti kemasan dan branding kantor, kerjasama dengan mitra strategis, personalisasi layanan sesuai kebutuhan pelanggan, dan evaluasi kinerja secara berkala. Dengan penerapan strategi-strategi tersebut, PT Pos Indonesia Cabang Ponorogo diharapkan dapat memperkuat posisi mereknya dan memenangkan persaingan di industri jasa ekspedisi.

**Kata Kunci: Branding, Jasa Ekspedisi, PT Pos Indonesia.**

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF BRANDING STRATEGY OF PT POS INDONESIA PONOROGO BRANCH IN FACING COMPETITION IN THE COURIER SERVICE INDUSTRY**

**Fahiim Khilda ‘Affifulloh**

**20240866**

*This research analyzes the branding strategy of PT Pos Indonesia Ponorogo Branch in facing competition in the courier service industry. The study utilizes the 11P Marketing Mix theory, which includes Product, Promotion, People, Place, Price, Process, Power, Physical Evidence, Public Relations, Partnerships, and Positioning. This research employs a descriptive qualitative method with data collection techniques including in-depth interviews, observation, and documentation. The results indicate that PT Pos Indonesia Ponorogo Branch has implemented various branding strategies to enhance its competitiveness in the courier service market. The strategies include improving product and service quality, setting competitive prices, expanding distribution networks, effective promotions, employee training and development, refining operational processes, enhancing physical evidence such as packaging and office branding, collaborating with strategic partners, personalizing services to meet customer needs, and conducting regular performance evaluations. By implementing these strategies, PT Pos Indonesia Ponorogo Branch is expected to strengthen its brand position and gain a competitive edge in the courier service industry.*

**Keywords: Branding, Courier Service, PT Pos Indonesia.**