

ABSTRAK

Via Nur Qomaria, Analisis Penggunaan Aplikasi Pospay Dalam Meningkatkan Daya Saing PT. Pos Indonesia Cabang Labang. Di bawah bimbingan Darul Islam, S.M, M.M.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan aplikasi Pospay dalam meningkatkan daya saing pada PT. Pos Indonesia Cabang Labang. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yang berfokus pada strategi yang dilakukan PT. Pos Cabang Labang untuk meningkatkan daya saing. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi Pospay pada PT. Pos Indonesia Cabang Labang sudah terealisasi dengan baik, dengan semakin banyak yang menggunakan layanan Pospay maka akan semakin tinggi juga tingkat pendapatan PT. Pos. Adanya Pospay merupakan inovasi PT. Pos Indonesia dalam mengikuti kecanggihan teknologi. Sehingga PT. Pos Indonesia saat ini tidak hanya berfokus pada bidang jasa pengiriman saja, namun juga menyediakan layanan transaksi dengan sistem digital.

Kata Kunci : Manajemen Pemasaran, Strategi Pemasaran, Strategi Bersaing.

ABSTRACT

Via Nur Qomaria, Analysis Of The Use Of The Pospay Application In Increasing The Competitiveness Of Pt. Pos Indonesia Labang. Under the guidance of Darul Islam, S.M, M.M

The objective of this study is to find out how the pospay application is used to increase competitiveness at PT. Pos Indonesia Cabang Labang. The research method used is descriptive qualitative, which focuses on the strategies carried out by PT. Pos Indonesia Cabang Labang to increase competitiveness. Method of collecting data use interviews, observation, and documentation. The results of the study show that the use of the Pospay app at PT. Pos Indonesia Cabang Labang has been well realized, the more people use Pospay services, the higher PT. Pos income level will be. Pospay is an innovation of PT. Pos Indonesia to keep up with technological advances therefore, PT. Pos Indonesia is currently not only focusing on delivery services, but also provides transaction services using a digital system

Keywords : Marketing Management, Marketing Strategy, Competitive Strategy