

## ABSTRAKSI

Perkembangan pasar yang bergerak menjadi sangat kompetitif dan persaingan bisnis yang semakin kompleks dan ketat telah menghadirkan tantangan baru bagi perusahaan. Kecepatan menjadi hal yang patut diperhatikan yaitu bagaimana cara perusahaan atau organisasi untuk mendapatkan dan mengevaluasi informasi dengan segera, dan untuk kemudian menggunakan informasi tersebut untuk merespon setiap kejadian dan masalah secara cepat dan tepat pula. Persaingan bisnis global pada saat ini mengarah pada perekonomian berbasis pelanggan (*customer based*) sehingga mengakibatkan terjadinya pergeseran paradigma yang menuntut kesiapan perusahaan untuk bersaing memasuki pasar dengan cara menciptakan nilai (*creating value*) dari setiap proses dalam menghasilkan produk atau jasanya sesuai dengan harapan konsumen, sehingga bisa *survive* dan mencapai keunggulan bersaing (*competitive advantage*). Karena alasan ini penulis melakukan penelitian di Pos Express, dalam hal ini Pos Express merupakan produk unggulan dari PT. Pos Indonesia dan merupakan layanan terkini jasa pengiriman dan selalu mengedepankan akurasi pengiriman sehingga dapat menciptakan nilai yang pada akhirnya dapat memberikan *competitive advantage* bagi perusahaan di tengah situasi persaingan tersebut.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai dan pelanggan *corporate* Pos Express PT. Pos Indonesia Surakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *quota sampling*. Kuesioner berisi pernyataan – pernyataan untuk mengetahui persepsi responden terhadap variabel-variabel yang akan diukur, dalam hal ini dimensi Proses Bisnis sebagai faktor yang berpengaruh terhadap Penciptaan Nilai dan Keunggulan Bersaing. Analisis dalam penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Dimensi Proses Bisnis (Kompetensi SDM, Proses Kerja, Pemanfaatan Teknologi, Rumusan Strategi) terhadap Penciptaan Nilai dan Keunggulan Bersaing.

Hasil penelitian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan atau bersama – sama antara Kompetensi SDM, Proses Kerja, Pemanfaatan Teknologi, Rumusan Strategi terhadap Penciptaan Nilai sebesar 54,1% dan terhadap Keunggulan Bersaing sebesar 32,5%. Dari pengujian secara parsial untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas didapat bahwa faktor paling dominan dalam dimensi Proses Bisnis adalah Proses Kerja terhadap Penciptaan Nilai maupun terhadap Keunggulan Bersaing, sementara Rumusan Strategi belum mempunyai kontribusi terhadap Penciptaan Nilai yang berimplikasi terhadap Keunggulan Bersaing. Rekomendasi terhadap Pos Express adalah terus memperbaiki dan meningkatkan Kompetensi SDM, Proses Kerja, Pemanfaatan Teknologi, Rumusan Strategi sebagai pencapaian dasar utama menuju ke arah proses Penciptaan Nilai (*Value Creation*) dan dapat meraih Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage*).

Kata kunci : dimensi proses bisnis, penciptaan nilai, keunggulan bersaing.