

# **INOVASI LAYANAN PT.POS INDONESIA DALAM PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI UPAYA MENJAGA EKSISTENSI DI ERA PERSAINGAN GLOBAL (STUDI KASUS KANTOR POS SAMARINDA)**

**Anisha Puspitasari<sup>1</sup>, Muh. Jamal<sup>2</sup>, Nur Hasanah<sup>3</sup>**

## ***Abstrak***

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis Inovasi Layanan PT.Pos Indonesia Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Menjaga Eksistensi Di Era Persaingan Global (Studi Kasus Kantor Pos Samarinda) dengan fokus penelitian yaitu Inovasi pelayanan pada tiga hal utama , Inovasi Gagasan baru, Produk dan Jasa, Upaya perbaikan dan Faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan Inovasi Layanan PT.Pos Indonesia dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan sebagai Upaya Menjaga Eksistensi Di Era Persaingan Global (Studi Kasus Kantor Pos Samarinda). Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan metode kualitatif. Dalam penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data dilakukan dengan terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model interaktif yang terdiri dari beberapa komponen yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Dari hasil penelitian dapat diperoleh kesimpulan yaitu, Inovasi Layanan di Kantor PT.Pos Indonesia Samarinda cukup baik. Adapun yang menjadi faktor pendukung ialah Pegawai yang bertugas memberikan pelayanan yang cukup baik kepada pelanggan. Sedangkan yang menjadi faktor pengambat ialah Lemari buku, koran dan majalah kantor pos yang tidak ada lagi diberikan di ruang tunggu, kurangnya kursi untuk pelanggan menyebabkan banyak pelanggan yang berdiri menunggu antrian loket, televisi yang tidak menyala, tidak adanya AC (*Air Conditioner*) pendingin ruangan hanya diberikan kipas angin, pemadaman listrik yang membuat gangguan dalam proses pelayanan karena semua pekerjaan menggunakan sistem online/jaringan internet.Selain itu juga terkait informasi produk yang di berikan untuk pelanggan masih belum berjalan dengan baik secara langsung ataupun online.

**Kata Kunci:** *Inovasi, layanan, peningkatan, persaingan, global.*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program S1 Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: [puspitasariannisa607@gmail.com](mailto:puspitasariannisa607@gmail.com)

<sup>2</sup> Dosen Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

<sup>3</sup> Dosen Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

## Pendahuluan

PT. Pos Indonesia adalah salah satu BUMN yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan lalu lintas berita, uang, barang dengan memiliki jaringan pelayanan terbesar dan tersebar di seluruh pelosok tanah air. Meski telah mengalami perubahan bentuk badan hukum PT. Pos Indonesia yang pada awalnya berbentuk Perum Pos dan Giro menjadi PT. Pos Indonesia, dimana Perum Pos dan Giro yang merupakan perusahaan milik negara yang modalnya bisa berasal dari negara dengan perubahan bentuk menjadi PT. Pos Indonesia maka modalnya bisa berasal dari penjualan saham kepada masyarakat.

BUMN atau Badan Usaha Milik Negara merupakan badan yang dimiliki oleh negara. Badan Usaha Milik Negara Secara umum (BUMN) adalah badan usaha yang seluruhnya atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan. BUMN berasal dari kontribusi dalam perekonomian Indonesia yang berperan menghasilkan berbagai barang dan jasa guna mewujudkan kesejahteraan rakyat. Persaingan dalam membuat dan mempertahankan pelanggan akan menimbulkan persaingan yang ketat pada perusahaan-perusahaan yang berada dalam suatu industri yang sama. PT. Pos Indonesia sebagai salah satu BUMN di Indonesia tetap melaksanakan tugas dan fungsinya di bidang pelayanan pos untuk memenuhi kebutuhan masyarakat melalui pengembangan layanan yang sesuai kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) sebagai bentuk loyalitas kepada pelanggannya. Pos Indonesia dalam melayani pelanggannya, baik di skala nasional ataupun internasional, tidak terbatas hanya dalam dunia perposan, tetapi juga dalam dunia keuangan. Jumlah kantor pos lebih dari 4.000 kantor dengan sebarannya di 24.000 titik layanan dan telah mencakup 100 persen kota dan kabupaten di Indonesia serta telah menjangkau hampir seluruh kecamatan di tanah air. Pos Indonesia juga didukung oleh armada layanan bergerak sebanyak 418 unit, 10.523 unit kendaraan truk dan mobil dinas, 19.502 karyawan, 3.729 unit kantor pos online, serta 24.674 *unit point of sales*.

PT.Pos Indonesia mempunyai pilihan-pilihan produk yang dimiliki antara lain:

**Tabel Produk PT.Pos Indonesia Samarinda**

PRODUK			
Surat dan Paket	Jasa Keuangan	Integrasi Logistik	Ritel
Pos Express	Pospay	Profil Produk	Emas Antam
Suratpos Biasa (standar)	Weselpos	Kargopos Ritel Udara	
Paket pos	Giropos	Kargopos Ritel Darat	
Poskilat khusus	Fund distribution		
Admailpos	Bank channeling		

Sumber : Kantor PT.Pos Indonesia Samarinda (tahun 2018)

Berdasarkan produk yang dimiliki PT.Pos Indonesia terbagi menjadi 4 golongan, yaitu Surat dan Paket, Jasa Keuangan, Integrasi Logistik dan Ritel. Dari keempat golongan diatas, surat dan Pos lah yang memiliki banyak jenis.

Pos Indonesia bukanlah satu-satunya perusahaan pengiriman yang ada di Indonesia, ada beberapa perusahaan lain yang bergerak dalam bidang jasa. Tingginya permintaan pengiriman surat dan paket tidak terlepas dengan adanya persaingan beberapa penyedia barang. Namun kenyataannya saat ini PT Pos masih kalah bersaing, karena pelayanan yang mereka berikan belum maksimal. Berikut data tentang para pesaing PT Pos Indonesia.

**Tabel Produk Pesaing PT.Pos Indonesia Samarinda**

MEREK	TBI	TOP
JNE	45.0%	TOP
J&T	13.9%	TOP
TIKI	13.6%	TOP
POS INDONESIA	11.6%	
DHL	3.5%	

Sumber: [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey/result/top\\_brand\\_index\\_2018\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey/result/top_brand_index_2018_fase_2) (tahun 2018)

Hal ini menjadikan inovasi-inovasi tersebut belum maksimal. Kantor Pos sebaiknya membuat inovasi-Inovasi baru terutama dibidang pelayanan yang perlu dilakukan oleh PT Pos untuk memperbaiki lagi inovasi-inovasi yang telah dilakukan agar PT Pos tetap menjadi pilihan utama pelanggannya.

Beberapa inovasi telah dilakukan oleh PT.Pos, namun PT.Pos masih belum menjadi pilihan utama pelanggannya. Namun kenyataannya saat ini PT Pos masih kalah bersaing, karena pelayanan yang mereka berikan belum maksimal. PT Pos Indonesia memiliki cabang yang terletak di seluruh penjuru Indonesia, hal ini bisa saja menjadi keuntungan bagi PT Pos karena para pesaing lain tidak memiliki cabang diseluruh pelosok Indonesia. Berikut data tentang data transaksi PT Pos Indonesia:

**Tabel Data Transaksi PT.Pos Indonesia**

No	PRODUK / KEL PRODUK	Agu-17	Agu-18	Growth
<b>SURAT DAN PAKETPOS</b>				
1	Korporat	Rp 301.093.229	Rp 372.672.091	23,77%
2	Ritel Loker Kprk	Rp 292.484.620	Rp 270.704.157	-7,45%
3	Ritel Loker Kpc	Rp 400.408.498	Rp 379.182.186	-5,30%
4	Agenpos	Rp 26.066.699	Rp 34.151.489	31,02%
5	O-Ranger	Rp 0	Rp 24.795.885	24795884900%
<b>JASKUG</b>				
1	Transaksi Pospay	Rp 227.078.780	Rp 256.457.569	12,94%
2	Remittance	Rp 225.958.000	Rp 198.795.000	-12,02%
3	Potongan Pensiun	Rp 22.440.060	Rp 10.769.040	-52,01%

4	PKB Kaltim	Rp 741.000	Rp 3.794.000	431,37%
<b>RITEL &amp; PROPERTI</b>				
1	Materai	Rp 208.527.500	Rp 177.983.400	-14,65%
2	Filateli	Rp 9.333.000	Rp 6.310.000	-32,39%
3	Properti	Rp 17.753.333	Rp 6.286.667	-64,59%

Sumber: PT POS Indonesia (Persero) Kantor Pos Indonesia 69100 (tahun 2018)

Berdasarkan observasi penelitian terlihat bahwa Kantor Pos Samarinda mengalami penurunan transaksi Hal tersebut bisa menjadikan indikasi bahwa PT Pos sebaiknya melakukan upaya inovasi agar transaksi pendapatan PT Pos bisa meningkat dan tidak menurun. Terdapat keluhan dari pelanggan yaitu Sarana yang belum ada perbaikan seperti Lemari buku, koran dan majalah kantor pos yang tidak ada lagi diberikan di ruang tunggu, kurangnya kursi untuk pelanggan menyebabkan banyak pelanggan yang berdiri menunggu antrian loket, televisi yang tidak menyala, tidak adanya AC (*Air Conditioner*) pendingin ruangan hanya diberikan kipas angin, pemadaman listrik yang membuat gangguan dalam proses pelayanan karena semua pekerjaan menggunakan sistem online/jaringan internet.

Diperlukan adanya gagasan baru dan upaya perbaikan untuk mendukung layanan produk dan jasa di Kantor Pos Samarinda agar lebih maksimal lagi, sehingga pelanggan tidak akan berpaling kepada kompetitor lain dan dapat mempermudah masyarakat dalam menggunakan jasa Pos Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti merasa perlu untuk membahas lebih lanjut tentang upaya PT Pos Indonesia Kantor Pos Samarinda agar dapat bersaing dengan kompetitor yang menawarkan pelayanan dibidang yang sama. Peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul Inovasi Layanan BUMN Dalam Menjaga Eksistensi Di Era Persaingan Global dan akan melakukan studi pada PT Pos Indonesia Kantor Pos Samarinda.

## **Kerangka Dasar Teori**

### ***Definisi Inovasi***

Berdasarkan pengertian tersebut, Robbins (1994) lebih memfokuskan pada tiga hal utama yaitu:

1. Gagasan baru yaitu suatu olah pikir dalam mengamati suatu fenomena yang sedang terjadi, termasuk dalam bidang pendidikan, gagasan baru ini dapat berupa suatu penemuan dari suatu gagasan pemikiran, ide, system sampai pada kemungkinan gagasan yang mengkristal.
2. Produk dan jasa yaitu hasil langkah lanjutan dari adanya gagasan baru yang ditindak lanjuti dengan berbagai aktifitas, kajian, penelitian dan percobaan sehingga melahirkan konsep yang lebih konkret dalam bentuk produk dan jasa yang siap dikembangkan dan di implementasikan termasuk hasil inovasi dibidang pendidikan.
3. Upaya perbaikam yaitu usaha sistematis untuk melakukan penyempurnaan dan melakukan perbaikan yang terus menerus sehingga buah inovasi itu dapat dirasakan manfaatnya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan inovasi adalah menciptakan terobosan baru agar membawa perubahan dilingkungannya dengan baik.

### ***Organisasi Publik***

#### ***Pengertian Organisasi***

Organisasi menurut Stephan P. Robbins (1994) menyebutkan bahwa organisasi adalah kesatuan sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan sebuah batasan yang relatif dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar yang relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama atau sekelompok tujuan.

Menurut Akdon (2011: 12) pada dasarnya strategi adalah rencana berskala besar yang berorientasi pada jangka panjang yang jauh ke masa depan serta menetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuannya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran yang bersangkutan.

Dari beberapa pandangan para ahli yang mengungkap beberapa teori diatas, dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai suatu tujuan atau kelompok harus berkerja secara sadar dan bekerja secara relative dan mempunyai batasan dalam berintraksi sehingga pencapaian tujuan akan tepat sasaran dalam jangka panjang yang jauh ke masa depan.

#### ***Jenis Pengertian Sektor Publik***

Wechsler dan Backoff dalam Heene (2010: 62) menekankan bahwa terbuka peluang untuk mengidentifikasi hal-hal yang memungkinkan untuk mengkategorisasikan penerapan strategi organisasi publik ke dalam empat corak.

### ***BUMN***

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara menjelaskan Badan Usaha Milik Negara merupakan suatu badan usaha yang sebagian besar modalnya dimiliki negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan. PT.POS Indonesia (Persero) sebagai salah satu bagian usaha BUMN yang bergerak dalam pelayanan jasa memiliki peranan yang penting sebagai sebuah perusahaan ekspedisi skala nasional yang melayani jasa antaran barang antar kota dan antar propinsi. Jika tidak segera melakukan inovasi terutama di bidang pelayanannya maka pengguna jasa layanan PT Pos akan semakin menurun. Bukan tidak mungkin PT Pos Indonesia akan mengalami kemunduran dan mengalami kebangkrutan seperti halnya BUMN lain yang tidak mampu bersaing dalam persaingan global. Salah satu upaya agar terus berkembang perusahaan perlu melakukan peningkatan efesiensi, daya saing dang pengembangan usaha salah satunya inovasi layanan jasa pelayanan. Jasa Keuangan, Jasa pembelian online, jasa pengiriman barang, teknologi, budaya perusahaan.

### ***POS Indonesia***

Pos Indonesia merupakan sebuah badan usaha milik negara (BUMN) Indonesia yang bergerak di bidang layanan pos. Saat ini, bentuk badan usaha Pos Indonesia merupakan perseroan terbatas dan sering disebut dengan PT. Pos Indonesia. Bentuk usaha Pos Indonesia ini berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995. Peraturan Pemerintah tersebut berisi tentang pengalihan bentuk awal Pos Indonesia yang berupa perusahaan umum (perum) menjadi sebuah perusahaan (persero). Berdiri pada tahun 1746, saham Pos Indonesia sepenuhnya dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Saat ini Pos Indonesia tidak hanya melayani jasa pos dan kurir, tetapi juga jasa keuangan.

Pos Indonesia telah menerapkan sistem akuntansi berbasis enterprise resource planning yang akan menjadi backbone pencatatan transaksi bisnis perusahaan. Sedangkan dari segi perbaikan infrastruktur, PT Pos Indonesia setiap tahunnya mengalokasikan pengembangan teknologi informasi setidaknya di atas 50 milyar rupiah, yang mana saat ini perusahaan sudah berhasil menghubungkan secara virtual lebih dari 3.700 kantor dan 6.200 agen. Era baru PT Pos Indonesia terhampar di depan mata. Kepemimpinan perusahaan di tahun 2013 ini melanjutkan keberhasilan di tahun-tahun sebelumnya untuk terus bergerak ke masa depan PT Pos Indonesia yang lebih cerah.

### ***Definisi Pelayanan***

Moenir (dalam Pasolong, 2008:128), mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung. Pelayanan diperlukan manusia paa dasarnya ada 2 jenis yaitu pelayanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa maupun negara.

Dari definisi yang dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan dengan segala bentuk kegiatan pelayanan dalam bentuk barang atau jasa dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat.

### ***Definisi Pelayanan Publik***

Definisi Pelayanan Publik Menurut Permenpan Nomor 36 Tahun 2012 adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-perundangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Selanjutnya menurut Santosa (2008:57) pelayanan publik adalah pemberian jasa, baik oleh pemerintah, pihak swasta atas nama pemerintah, atau pun pihak swasta kepada masyarakat, dengan atau tanpa pembayaranguna memenuhi kebutuhan dan atau kepentingan masyarakat.

### ***Standar Pelayanan***

Setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan (mahmudi, 2005:236): (1) Pentingnya Standar Pelayanan, dan (2) Cakupan Standar Pelayanan Publik.

### ***Kepuasan Masyarakat***

Kepuasan masyarakat terhadap organisasi publik sangat penting karena adanya hubungan kepercayaan masyarakat. Semakin baik kepekerjaan dan kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepercayaan masyarakat (dalam pasolong 2008:145).

Menurut Salnes (dalam Rayi Indah, 2008), kepuasan masyarakat mencakup tingkat kepuasan secara keseluruhan (*overall satisfaction*), kesesuaian pelayanan dengan harapan masyarakat (*expectation*), dan tingkat kepuasan masyarakat selama menjalin hubungan dengan instansi (*experience*).

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan masyarakat adalah tingkat perasaan seseorang (masyarakat) setelah dia merasakan apa yang dia rasakan apa yang dia harapkan terpenuhi oleh perusahaan.

### **Metode Penelitian**

Berdasarkan bentuk dan format judul penelitian, maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Metode kualitatif di pergunakan dengan beberapa pertimbangan: pertama, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda. Kedua, metode ini menyajikan secara hakikat hubungan antara peneliti dengan responden. Ketiga, metode ini lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi. Penelitian kualitatif tarif menyusun desain yang secara terus menerus di sesuaikan dengan kenyataan dilapangan, tidak harus menggunakan desain yang telah di susun secara ketat atau kaku sehingga dapat di ubah lagi. Penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan yang berasal dari metode wawancara, pengamatan, catatan lapangan, dan lain sebagainya. Jadi, dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian kualitatif deskriptif yaitu peneliti menjelaskan fenomena yang terjadi dilapangan dengan menggunakan metode wawancara, pengamatan langsung, dokumentasi, dan lain sebagainya.

Adapun yang menjadi fokus penelitiannya yaitu:

1. Inovasi pelayanan pada tiga hal utama
  - a) Gagasan baru
  - b) Produk dan Jasa
  - c) Upaya perbaikan
2. Faktor penghambat dalam pelaksanaan Inovasi Layanan Pt.Pos Indonesia dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan sebagai Upaya Menjaga Eksistensi Di Era Persaingan Global (Studi Kasus Kantor Pos Samarinda).

## Hasil Penelitian

### *Inovasi pelayanan*

#### *Gagasan Baru*

PT Pos Indonesia (Persero) melakukan inovasi dengan meluncurkan beberapa layanan yang dapat mempermudah masyarakat dalam menggunakan jasa PT Pos. Layanan inovasi ini diluncurkan di tengah dunia yang sedang menghadapi revolusi industri 4.0 dan gaya kaum milenial yang gemar menggunakan teknologi dalam setiap kegiatannya.

Adapun inovasi layanan tersebut adalah *Contact Center Oranger*, *Magenpos*, *Agenpos B2B Kurir*, *Agenpos B2B Jasa Keuangan*, dan Layanan Kargo Ritel Udara di *Agenpos*.

*Contact Center Oranger*, Pos Indonesia menawarkan layanan terbaik untuk para pelapak, pelaku UMKM serta masyarakat umum dengan memberikan layanan *pick-up* gratis melalui call center 1500261. Pengirim cukup menyebutkan nama, nomor telepon, serta alamat / lokasi penjemputan, atau menyebutkan kode *booking Pos Order Number* (PON) dan lokasi penjemputan. Kode *booking* melalui PON dapat diperoleh dengan *registrasi* di *Website* Pos Indonesia.

*Magenpos*, *M-Agenpos* adalah aplikasi *mobile* berbasis *android native* yang dikembangkan untuk Layanan *Payment* (Pembayaran berbagai angsuran, antara lain : PLN, Telekomunikasi, PDAM, PBB, Tiket pesawat/Kereta Api, Premi asuransi, *Finance*, dll), Layanan *Wesel Instan Bayar* (Pembayaran wesel instan kepada penerima weselpos) dan Layanan Kurir (Layanan pengiriman surat dan paketpos) oleh *agenpos*. Dengan aplikasi ini masyarakat pengguna layanan Pos tidak harus datang ke *outlet* kantor pos, namun sebaliknya, Pos Indonesia melalui layanan *M-Agenpos* akan memberikan pelayanan dilokasi pelanggan berada.

*Agenpos Business to Business* (B2B), adalah *agenpos* yang dikembangkan dengan pola kerja sama antara POS dengan mitra berbadan usaha yang telah memiliki banyak channel yang terhubung secara online. Mitra wajib menyediakan koneksi jaringan *virtual* (VPN) yang menghubungkan *Host Mitra* dengan *Host* PT Pos Indonesia (Persero), begitu juga PT Pos Indonesia (Persero) juga menyediakan infrastruktur dan sistem aplikasi Layanan Jasa Kurir menggunakan *application programming interface* (API) yang akan menghubungkan sistem *Mitra* dengan Sistem Pos. Aplikasi yang digunakan oleh *channel Mitra* didalam jaringannya disediakan oleh *Mitra* dan harus melalui proses pengujian dan sesuai spesifikasi yang ditetapkan oleh POS.

*Agenpos B2B Layanan Jasa Keuangan*, Layanan B2B (*Bussines to Bussines*) adalah merupakan Layanan Kemitraan *Channel Pospay* Sejak tahun 2002 PT Pos Indonesia (Persero) mengembangkan aplikasi Sistem Online *Payment Point Pos* (SOPP Pos) dan PT Pos Indonesia mengembangkan sebagai *One Stop Payment Services Biller* dan hingga tahun 2018 telah bekerja sama dengan ± 380 *Biller* Pada awalnya Aplikasi SOPP Pos dikembangkan dengan *platform In House Application* dan dilayani melalui loket Kantor pos & *Agenpos* berbasis *desktop* yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia dengan media



pembayaran secara *cash* (tunai) Dengan perkembangan teknologi terutama aplikasi payment pada aplikasi *smartphone* dan tuntutan alternatif pembayaran (selain *outlet* PT Pos Indonesia) baik secara *cash* dan *non cash* maka PT Pos Indonesia (Persero) mengembangkan kerjasama dengan mitra dengan pola B2B. Transaksi *Cash* dimana Loker *dedicated* milik *Mitra (Teller)*, tanggung jawab dan pengawasan dapat dilakukan langsung oleh *Mitra*. Sedangkan transaksi *Non Cash* menggunakan *Device* atau media pembayaran yang dimiliki *Mitra* (berupa ATM, EDC, *e'Banking*, *SMS Banking*, *App Smarthphone*, media lain sesuai perkembangan teknologi) Sedang maksud dan tujuan dikembangkan layanan B2B adalah sebagai berikut:

1. Efektifitas dan Efisiensi Layanan *PosPay (Collecting)* diluar Loker (Pos).
2. Memperluas Jaringan Layanan (Tempat Pelayanan & *Device*).
3. Kemudahan Pelayanan Kepada Masyarakat (Meretensi Konsumen Calon *Mitra*)
4. Meningkatkan Kontribusi Pendapatan
5. Meningkatkan *Bargaining Position* PT Pos Indonesia (jumlah *biller* demi tarif yang kompetitif)

Kargo Ritel Udara di Agenpos, adalah Layanan dari PT.Pos Indonesia yang memberikan solusi bagi kebutuhan masyarakat bisnis dengan layanan *hub to door* untuk jenis kiriman *General Kargo* dan *Special Kargo* (Seperti Jenazah). Layanan *Hub to door* artinya pengiriman dari Kantor Pos ke alamat tujuan. Antara Kargo Ritel darat dan udara pada dasarnya sama yakni sama-sama melayani pengiriman barang dalam jumlah yang besar atau *bulky*. Namun ada juga perbedaannya.

1. Transportasi, perbedaan pertama terletak pada transportasi yang di gunakan. Kargo Darat, Pengiriman lewat Armada Darat (*truck box*). Sedangkan Kargo Udara tentu melalui pesawat.
2. Tarif, Kena Beda Transportasinya kargo udara lebih mahal dari pada kargo darat. Tarif baik kargo darat dan udara terdiri dari tarif dasar dan tarif fitur layanan yang di pilih konsumen. Tarif di hitung berdasarkan berat kiriman atau *volumetric* (kubikasi) sesuai kondisi barang.
3. Berat Barang, Untuk kargo ritel darat berat barang antara 30-250 kg, sementara kargo ritel udara melayani paket barang antara 30-60 kg per koli. Jadi untuk kargo udara, jika berat barang lebih dari 60 kg, misalnya 70 kg, maka harus di jadikan 2 koli. Khusus untuk *human remain* (jenazah) sampai 150 kg. Selain itu untuk kargo udara berat maksimal dari gabungan beberapa koli adalah 400 kg per Satuan Muatan Udara ( SMU ) dengan maksimum 15 Koli/SMU.
4. Jenis Barang, Jika kargo ritel darat hanya mengalami pengiriman barang umum, (*general kargo*), maka kargo ritel udara bisa melayani barang bisa melayani barang kiriman khusus (*special cargo*) seperti jenazah,
5. Layanan, Kargo ritel darat memberikan layanan yang lebih beragam, yaitu mencakup layanan asuransi, *pick-up service*, *packaging* dan *delivery*.

Sedangkan kargo ritel udara tidak memberikan layanan *pick-up* (penjemputan barang) alias pengirim harus datang ke kantor pos.

Dari Inovasi terbaru di atas Kantor Pos memberikan Produk terbarunya yaitu *Oranger* dan Layanan Kargo Ritel Udara/Darat. Kantor Pos memasarkan produknya *Oranger* dengan berkerjasama dengan perusahaan seperti Bank dan Kantor Pajak.

### *Produk dan Jasa*

*Webside* kantor pos memiliki pilihan produk dan layanan, berita, tentang kami, kiriman internasional, media dan tautan. Untuk produk dan pelayanan yang diberikan kantor pos yaitu surat dan paket, jasa keuangan, *integrasi logistic* dan tarif kirim uang.

Untuk layanan surat dan paket terdiri dari :

1. Pos *Express*
2. Suratpos biasa (standar)
3. Paket Pos
4. Poskilat khusus
5. *Admailpos*

Untuk Jasa Keuangan dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

1. *Pospay*
2. *Weselpos*
3. *Giropos*
4. *Fund distribution*
5. *Bank channeling*

Untuk Jasa Integrasi Logistik dibagi menjadi 3 bagian, yaitu:

1. Profil Produk
2. Kargopos Ritel Udara
3. Kargopos Ritel Darat

Sedangkan untuk jasa Ritel hanya ada satu pilihan yaitu Emas Antam. Untuk pelanggan yang ingin melakukan pengecekan tarif kiriman, pencarian kode pos, alamat kantor pos dan ingin mengadukan keluhan dapat juga dilakukan secara online melalui Pos Order.

Kemudian berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada pelanggan kantor Pos Samarinda dapat di simpulkan bahwa pelanggan hanya mengetahui sedikit produk dan jasa yang kantor pos berikan, kantor pos tidak memberikan rincian terkait informasi produk-produk yang diberikan langsung didalam kantor, informasi produk dan jasa hanya bisa di liat situs *webside* kantor pos secara lengkap.

### *Upaya Perbaikan*

Kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan mengedepankan rasa peduli dan perhatian pribadi kepada konsumen. Hal ini akan membuat konsumen merasa nyaman dan senang bisa berinteraksi dengan kantor pos meliputi

kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

Untuk mendukung pelaksanaan kinerja dan pelayanan yang memuaskan untuk masyarakat Kantor PT.Pos Kota Samarinda memperbaiki dan memadai fasilitas produk dan layanan untuk menunjang pelayanan per 3 sampai 5 tahun sekali kami mengganti semua sarana yang ada di kantor pos.

Di kantor pos, sarana yang telah diberikan sudah cukup baik, namun sarana pendingin ruangan yaitu kipas angin sebaiknya di ganti dengan AC (*Air Conditioner*) agar ruangan terasa nyaman dan dingin pelanggan tidak merasakan panas di dalam ruangan kantor pos.

Terdapat banyak sarana dan prasarana yang ada di dalam kantor PT.Pos Indonesia yang berguna untuk menunjang pelayanan kepada para pelanggan. Sehingga dalam pelayanan yang disediakan PT.Pos nya pun para pelanggan merasa puas.

Adapun sarana yang tersedia guna menunjang pelayanan Di Kantor PT.Pos antara lain : Komputer (PC), meja pelayanan, kursi tunggu, komputer informasi pelayanan, scanner, printer, alat ukur atau meteran dan kendaraan bermotor dan bermobil yakni Motor berwarna *Orange* ada 25 , Mobil Dinas ada 2 , Mobil Truk *Grand Max* ada 6, serta E-Mobile ada 1 yang stay di Kantor Imigrasi Kota Samarinda. Untuk kendaraan *Oranger* mereka menggunakan kendaraan pribadi sendiri berjumlah 8 motor dan menggunakan jaket berwarna hijau tidak ada kendaraan mobil untuk layanan *Oranger*.

Sementara prasarana yang tersedia guna menunjang pelayanan yang terdapat di Lantai 1 (Satu) Gedung Kantor Pos, adalah sebagai berikut:

1. Ruang Informasi untuk pengambilan formulir/blanko (*customer service*)
2. Ruang Informasi (*customer service* BTN)
3. Ruang Tunggu yang dilengkapi (Kursi tunggu, Televisi, Kipas Angin, Toilet, Mesin Antrian),
4. Ruang Loker Pembayaran (Kasir/Bank)
5. Ruang Wakil Kepala Kantor
6. Ruang Manajer Jasa Keuangan
7. Ruang Manajer Keuangan
8. Ruang Proses & Transportasi
9. Ruang Antarana

Prasarana yang terdapat di Lantai 2 (Dua) Gedung Kantor Pos, adalah sebagai berikut:

1. Ruang UPL (Unit Layanan Luar) Kantor Pos Cabang
2. Ruang Kepala Kantor
3. Ruang Manajer SDM
4. Ruang Manajer Penjualan
5. Ruang Manajer Akuntansi
6. Ruang *Oranger*/IT

Sehingga dengan demikian, Sarana dan Prasarana dalam pelayanan Kantor Pos telah memenuhi kriteria prinsip pelayanan publik yaitu kelengkapan sarana dan prasarana kerja guna menunjang dalam pelayanan Kantor Pos.

### ***Faktor Penghambat dan Pendukung Inovasi Pelayanan PT.Pos Indonesia dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Menjaga Eksistensi Di Era Persaingan Global (Studi Kasus Kantor Pos Samarinda)***

#### ***Faktor Penghambat***

##### ***Sarana yang masih kurang***

Sarana memang penting dan sangat mendukung untuk kelancaran dalam proses pelayanan, jika ada yang di rasa kurang kantor pos harus bisa melengkapi kekurangan tersebut agar kantor pos menjadi tempat yang nyaman untuk para pelanggannya.

##### ***Listrik Padam***

Listrik padam memperlambat proses pelayanan karena jika mati lampu penginputan terhenti, secara keseluruhan didalam upaya pelayanan di Kantor PT.Pos Indonesia Samarinda ini sudah melakukan pelayanan dengan baik namun ada saja faktor penghambat ketika listrik padam, karena ketika terjadi listrik padam maka semua aktivitas di kantor terhenti karena semua pengerjaan sudah memakai sistem online.

#### ***Faktor Pendukung***

##### ***Kualitas Pegawai Cukup Baik***

Kompetensi pegawai yang cukup baik dimana para pegawai sudah ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan dan bisa dikatakan sudah menguasai karena cara kerja pegawai dalam melayani masyarakat dengan baik. Selain itu, kondisi sumberdaya manusia di Kantor Pos Samarinda cukup baik dari karena pihak kantor memberikan briefing seminggu sekali sebelum bekerja dan melakukan Pendidikan dan pelatihan (diklat) yang dilaksanakan pemerintah atau pihak swasta.

##### ***Kesadaran Masyarakat dalam Mentaati Prosedur Pelayanan di Kantor PT.Pos Indonesia Samarinda***

Kesadaran masyarakat dalam menggunakan pelayanan, hal itu dibuktikan dengan masyarakat sabar dalam menunggu di loket antrian, jika masyarakat ada yang tidak mengerti alur pelayanan maka akan bertanya kepada CS (*Customer Service*) dan berikan petunjuk yang baik dan benar.

### **Kesimpulan dan Saran**

#### ***Kesimpulan***

1. Gagasan baru, Sejalan dengan perkembangan masyarakat, Kantor pos selalu mengadakan *training* kepada pegawai jika ada program dan produk baru.

Adapun inovasi layanan tersebut adalah *Contact Center Oranger, Magenpos, Agenpos B2B Kurir, Agenpos B2B Jasa Keuangan*, dan *Layanan Kargo Ritel Udara* di *Agenpos*.

2. Produk dan Jasa, Kantor Pos juga menyediakan layanan *online* melalui *website* kantor Pos yaitu [www.posindonesia.co.id](http://www.posindonesia.co.id) dimana pelanggan mendapatkan informasi yang lebih banyak dan *detail* seperti produk-produk dan layanan dari kantor pos yakni Untuk layanan surat dan paket terdiri dari, Pos *Express*, Suratpos biasa (standar), Paket Pos, Poskilat khusus, *Admailpos*. Untuk Jasa Keuangan dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu *Pospay, Weselpos, Giropos, Fund distribution, Bank channeling*. Untuk Jasa Integrasi Logistik dibagi menjadi 3 bagian, yaitu Profil Produk, Kargopos Ritel Udara, Kargopos Ritel Darat, Sedangkan untuk jasa Ritel yaitu Emas Antam.
3. Upaya Perbaikan, Kantor Pos melakukan proses perbaikan untuk mendukung pelaksanaan kinerja dan pelayanan yang memuaskan dan menunjang pelayanan untuk pelanggan dengan mengganti sarana per 3 sampai 5 tahun sekali.
4. Faktor Pendukung dalam pelayanan di Kantor PT.Pos Indonesia Samarinda yaitu: Kualitas Pegawai Cukup Baik, Kesadaran Masyarakat Mentaati Prosedur Pelayanan di Kantor PT.Pos Indonesia Samarinda.  
Faktor Penghambat dalam pelayanan di Kantor PT.Pos Indonesia Samarinda yaitu: Lemari buku, koran dan majalah kantor pos yang tidak ada lagi diberikan di ruang tunggu, kurangnya kursi untuk pelanggan menyebabkan banyak pelanggan yang berdiri menunggu antrian loket, televisi yang tidak menyala, tidak adanya AC (*Air Conditioner*) pendingin ruangan hanya diberikan kipas angin, pemadaman listrik yang membuat gangguan dalam proses pelayanan karena semua pekerjaan menggunakan sistem online/jaringan internet.

### **Saran**

1. Menyediakan sarana dan prasarana yang berkualitas untuk pelanggan pengunjung Kantor Pos, sehingga pelanggan merasa nyaman berada di ruangan saat menunggu loket antrian. Kantor Pos sebaiknya mengganti Pendingin Ruangan dari Kipas Angin menjadi *Air Conditioner (AC)*, menambah tempat khusus buku bacaan seperti koran & majalah kantor pos sehingga pelanggan yang sedang menunggu tidak bosan dan menjadi tempat pelayanan publik yang lebih baik lagi.
2. Mengenai inovasi, pihak Kantor Pos sebaiknya melakukan sosialisasi agar masyarakat dapat mengetahui tentang inovasi yang di lakukan oleh Kantor Pos.
3. Mengenai pemadaman listrik, Kantor Pos sebaiknya memberikan alternatif lain seperti menggunakan mesin pembangkit listrik (*Generator Set*) agar gangguan pemadaman dapat di atasi dan pelayanan akses *internet/online* akan berjalan dengan lancar.

### **Daftar Pustaka**

- Akdon. (2011). *Strategic Management For Educational Management*. Bandung: Alfabeta
- Heene, Aime, dkk. 2010. *Manajemen Startegik Keorganisasian Publik*. Jakarta: Refika Aditama.
- Ibrahim, Amin. 2008. *Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya*. Jakarta: Mandar Maju
- Mahmudi. (2005). *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Pasolong, Harbani. (2008) *Teori Administrasi Publik*. Bandung, Alfabeta.
- Robbins, Stephen P. 1994. *Teori Organisasi : Struktur, Desain, dan Aplikasi*, Edisi Ketiga, Alih Bahasa Jusuf Udaya, Arcan, Jakarta.
- Rayi Indah. 2008. *Pengaruh kualitas layanan , kualitas produk , dan harga terhadap kepuasan pelanggan restoran warung Taman Singosari Semarang*. Universitas Dipenegoro Semarang.
- Santosa , Pandji. 2008. *Administrasi Publik: Teori dan Aplikasi Good Governance*. Bandung: PT. Reflika Aditama.

### **Peraturan Perundang-undangan**

- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2012 Tentang Petunjuk Teknis Penyusunan, Penetapan, Dan Penerapan Standar Pelayanan.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995 tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Umum (Perum) Pos Dan Giro menjadi Perusahaan Perseroan (Persero).