

## OPTIMALISASI LAYANAN POSAJA DAN *FREE PICK UP SERVICE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Nabila Anjani Eka Putri <sup>1)</sup>, Sukaris <sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

Email: [lalaanjaniputri689@gmail.com](mailto:lalaanjaniputri689@gmail.com), [sukaris21@umg.ac.id](mailto:sukaris21@umg.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstrak

Perkembangan teknologi yang semakin pesat, mengharuskan perusahaan untuk bertindak dengan cepat dan tepat agar tidak kalah saing dengan perusahaan lainnya. Begitu pula dengan PT Pos Indonesia (Persero), yang merupakan salah satu BUMN di Indonesia juga diharuskan melakukan optimalisasi pelayanan agar tidak kalah dengan pesaing lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui optimalisasi layanan PosAja dan *free pickup service* terhadap kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Utama Jember. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan pengambilan data menggunakan teknik wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi yang dilakukan oleh PT Pos Indonesia (Persero) terhadap para pelanggannya sudah cukup baik, sehingga mulai banyak perusahaan yang bekerja sama dengan PT Pos Indonesia (Persero) untuk pengiriman dokumen dan barang, akan tetapi PT Pos Indonesia (Persero) harus terus meningkatkan layanan agar tidak ketinggalan dengan perusahaan jasa pengiriman barang lainnya.

**Kata Kunci:** Layanan, Persero, Kepuasan, Pelanggan

### PENDAHULUAN

Era digitalisasi merupakan perubahan global yang melanda seluruh dunia. Dampak yang terjadi sangatlah besar terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, salah satunya dalam bidang teknologi. Dengan adanya kemajuan teknologi, perilaku berbelanja masyarakat yang sebelumnya secara konvensional, yaitu belanja dengan datang langsung ke pusat perbelanjaan berubah menjadi belanja *via online*, yaitu melakukan belanja lewat *platform e-commerce* seperti, Shopee, Tokopedia, dan lain-lain. Perubahan perilaku berbelanja *via online* tersebut ditanggapi dengan cepat oleh para pebisnis. Oleh karena itu, industri jasa pengiriman barang sangat dibutuhkan, baik individu maupun perusahaan. Jasa pengiriman merupakan salah satu media pelayanan yang membantu untuk memudahkan pelanggan dalam pengiriman

diantaranya pengiriman barang dan dokumen penting dengan biaya yang terjangkau dan dengan waktu yang telah ditentukan.

Dari banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang jasa kurir, PT Pos Indonesia (Persero) adalah salah satu perusahaan jasa pengiriman barang yang sudah ada sejak tahun 1746. Dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang dimiliki, yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100 persen Kota/Kabupaten, hampir 100 persen Kecamatan dan 42 persen Kelurahan/Desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring Pos Indonesia sudah memiliki lebih dari 4.800 Kantor Pos, serta dilengkapi *electronic mobile pos* di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang terhubung satu sama lain secara solid & terintegrasi. Sistem Kode Pos diciptakan untuk mempermudah processing kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat.

PT Pos Indonesia (Persero) sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa kurir, tentu harus meningkatkan strategi bisnisnya agar dapat bertahan di tengah persaingan ekspedisi lainnya. Dengan berkembangnya teknologi yang semakin maju menjadi tuntutan bagi PT Pos Indonesia (Persero) untuk selalu beradaptasi dengan perkembangan teknologi. PT Pos Indonesia (Persero) memiliki berbagai layanan lainnya yang ditawarkan kepada masyarakat. Salah satu layanan yang pada tahun 2020 diluncurkan oleh PT Pos Indonesia (Persero) adalah aplikasi layanan *pickup* paket. Layanan tersebut merupakan sebuah fasilitas yang diberikan secara gratis kepada para pelanggan PT Pos Indonesia (Persero) ketika akan mengirim paket menggunakan Pos Indonesia. Menurut Kotler (Laksana, 2018:85), “pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.

PosAja merupakan aplikasi resmi PT Pos Indonesia (Persero) yang dapat digunakan oleh para pebisnis *online* maupun seluruh masyarakat untuk melakukan *order* pengiriman surat atau paket. Dengan aplikasi ini pelanggan dapat melakukan sendiri *entry* data pengirimannya dan melakukan permintaan penjemputan kiriman dilokasi pengirim/pelanggan. Kiriman langsung dijemput oleh petugas *pickup* ke lokasi pengirim yang melakukan *order*. Layanan *pickup service* merupakan layanan

penjemputan kiriman barang atau dokumen langsung ke rumah atau kantor pelanggan. Layanan ini untuk mempermudah para pelanggan dalam mengirimkan barang tanpa harus datang ke Kantor Pos. Dengan begitu, PT Pos Indonesia (Persero) melakukan strategi pemasaran yaitu layanan PosAja dan *free pickup service*. *Free pickup service* adalah dimana pihak Kantor Pos mendatangi para pelanggan untuk mengambil kirimannya tanpa dikenakan biaya penjemputan kiriman.

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Tamadara Hilman dan Muhammad Arya Hilman dalam artikel yang berjudul “Optimalisasi *Pick Up Service* Di Kantor Pos Wonogiri Dengan Strategi *Product Development*”. Pada penelitian tersebut meneliti strategi bisnis apa yang paling tepat untuk mengoptimalkan *pick up service* KP Wonogiri. Dengan pendekatan kualitatif eksplorasi, dan menggunakan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*), maka akan dilakukan analisa untuk mengetahui faktor-faktor dari internal dan eksternal KP Wonogiri yang mempengaruhi kinerja dari *pick up service* tersebut. Berdasarkan analisis QSPM, dihasilkan strategi *product development* memiliki nilai daya tarik lebih tinggi yaitu 5,815 dibandingkan dengan strategi market penetration yang menghasilkan nilai *Total Attractive Score* yaitu 4,223. Oleh karena itu fokus strategi yang perlu dilakukan oleh KP Wonogiri adalah *product development*.

Selanjutnya penelitian yang pernah dilakukan oleh Desti Relinda Qurniawati, dkk dalam artikel yang berjudul “Inovasi Layanan Mpospay Dan *Free Pick Up* Pos Indonesia Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Pada Kantor Pos Semarang 50000)”. Pada penelitian tersebut Penelitian dilakukan dengan kualitatif. Teori utama untuk mengukur kualitas pelayanan didasarkan pendapat A Parasuraman yang mengukur kualitas pelayanan dari indikator: bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi-inovasi pelayanan di PT Pos Indonesia (Persero) untuk peningkatan kualitas pelayanan sudah cukup baik, namun masih dijumpai beberapa kekurangan antara lain: penyampaian informasi inovasi baru dari petugas kepada pelanggan masih kurang efektif, sehingga inovasi ini terkesan dibuat tidak optimal. Pada umumnya kualitas layanan sudah baik, mulai dari respon petugas, fasilitas yang disediakan, jaminan dan pelayanan yang diberikan.

Penelitian ini merekomendasikan perlunya penyampaian informasi secara lugas dan detail mengenai inovasi yang dilakukan.

Masalah yang sering dihadapi oleh pebisnis *online* adalah keterbatasan waktu untuk datang langsung ke Kantor Pos. Generasi milenial cenderung memilih aktifitas-aktifitas yang bisa dilakukan secara *online*. Dengan adanya permasalahan tersebut, maka penelitian ini lebih mengarahkan objek penelitian pada peranan layanan PosAja dan *free pickup service* yang di jalankan oleh PT Pos Indonesia (Persero) Jember, dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini karena adanya usaha pengembangan pelayanan yang dilakukan oleh PT Pos Indonesia (Persero) yang melakukan hal-hal baru untuk memenuhi kepuasan para pelanggan, sehingga pelanggan akan terus menggunakan jasa layanan di PT Pos Indonesia (Persero).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Utama Jember, yang bergerak di bidang jasa pengiriman. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, jenis pendekatan ini menggambarkan kejadian atau fenomena sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah.

Teknik yang digunakan dalam penentuan informan wawancara adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018:138), *purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Peneliti mengambil informan yang sesuai dengan kebutuhan peneliti dan memahami objek penelitian, sehingga mendapatkan hasil yang diharapkan oleh peneliti terkait topik penelitian yang dibahas. Dalam penelitian ini yang menjadi informan penelitian yaitu 1 orang Manajer Penjualan Ritel, 1 orang karyawan *Oranger* Kantor Pos dan 2 orang pelanggan pengguna jasa Kantor Pos. Maka jumlah informan dalam penelitian ini berjumlah 4 orang informan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan oleh peneliti diatas dan dari hasil wawancara menunjukkan bahwa PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Utama Jember sudah melakukan optimalisasi layanan PosAja dan *Free pick up service* dengan maksimal, terbukti dimana para pelanggan merasa terbantu dengan adanya layanan PosAja dan *Free pick up service*.

Berikut adalah hasil dari wawancara yang dilakukan peneliti berdasarkan informan diatas.

### 1. Optimalisasi Layanan PosAja Terhadap Kepuasan Pelanggan

Layanan PosAja adalah layanan resmi dari PT Pos Indonesia (Persero) yang dapat digunakan oleh para pebisnis *online* maupun seluruh masyarakat untuk melakukan *order* pengiriman surat atau paket. Aplikasi ini dapat *download* di *App Store* dan *Play Store*. Di dalam aplikasi PosAja terdapat fitur-fitur layanan sebagai berikut:

- a. Layanan Kirim Paket (Domestik)
- b. *Pick Up* Gratis dan COD (*Cash On Delivery*)
- c. Cek Tarif dan Lacak paket

Gambar 1  
Aplikasi PosAja



Sumber: Posindonesia.co.id, 2022

Dengan layanan PosAja, pelanggan dapat melakukan sendiri *entri* data pengirimannya dan melakukan permintaan penjemputan kiriman di lokasi pengirim. Menurut informan 1, awal mula layanan PosAja ada sejak tahun 2020, dimana PosAja menjadi layanan transaksi pengiriman dokumen ataupun barang. Untuk memperkenalkan layanan PosAja pihak Pos menyebarkan informasi ini melalui *word to mouth*, sosial media, ataupun langsung kepada pelanggan Pos. Pada saat melakukan *pick up service* dokumen maupun barang pelanggan, layanan PosAja menjadi sarana bagi *Oranger* Pos, dikarenakan bisa lebih memudahkan para pelanggan untuk mengirim dokumen ataupun paket melalui Kantor Pos. Sistem layanan PosAja ini terhubung dengan sistem aplikasi layanan dan sistem kemitraan Kantor Pos, pada saat pelanggan melakukan *entri* kiriman barang di layanan PosAja, maka bisa langsung muncul resi pengiriman dan *quick order booking*. *Quick order booking* adalah nomor *order* pelanggan untuk melakukan pengiriman barang, nomor tersebut yang nantinya akan diinput oleh petugas *pick up* ke sistem aplikasi layanan Kantor Pos. Pelanggan memberikan tanggapan yang positif terhadap layanan PosAja. Dengan adanya layanan PosAja para pelanggan tidak perlu datang ke Kantor Pos untuk mengirim dokumen ataupun paket, mereka cukup menginput data pengiriman di layanan PosAja, setelah itu kiriman akan dijemput oleh petugas *pick up* Kantor Pos. Atau bisa juga para pelanggan melakukan penyerahan langsung ke Kantor Pos, *drop point*, atau ke Agen Pos terdekat.

Menurut informan 2, layanan PosAja bisa menarik lebih banyak pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman Kantor Pos. Karena dengan adanya layanan tersebut Kantor Pos bisa menjadi *players* yang diminati dan terpilih kembali oleh masyarakat, bisa terus bersaing dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya. Layanan PosAja tidak hanya melayani pelanggan di bidang jasa pengiriman dokumen ataupun paket saja, tetapi layanan tersebut juga telah terintegrasi dengan *marketplace* yang ada. Dan juga memudahkan para petugas *pick up* untuk penjemputan barang, karena kini Kantor Pos memiliki banyak titik *drop point* penjemputan barang.

Menurut informan 3, layanan PosAja sangat memudahkan para pelanggan yang akan melakukan pengiriman ke Kantor Pos. Karena dengan adanya layanan PosAja, masyarakat tidak perlu khawatir lagi untuk datang jauh-jauh ke Kantor Pos kalau ingin mengirim barang, terlebih pelanggan yang rumahnya di pelosok desa jauh dari kota mereka, hanya tinggal mengisi sesuai dengan yang diperlukan lewat aplikasi PosAja selanjutnya tinggal menunggu petugas *pick up* dari Kantor Pos datang menjemput barang kiriman.

Menurut informan 4, jawaban yang diberikan kurang lebih sama. Layanan PosAja memudahkan pelanggan karena dengan adanya layanan tersebut para pelanggan bisa cek tarif harga kiriman sesuai dengan kebutuhan mereka dan tarif PosAja juga cukup terjangkau untuk para *seller* yang sedang mengembangkan bisnis mereka, bahkan Kantor Pos sering memberi diskon biaya kiriman pada momen-momen tertentu.

Jadi dapat disimpulkan bahwa layanan PosAja ini sangat membantu dan memudahkan bagi pihak Kantor Pos maupun para pelanggan, mereka sama-sama diuntungkan dengan adanya layanan PosAja. Kedepannya pihak Kantor Pos harus lebih sering lagi melakukan promosi dan inovasi pembaruan pada layanan PosAja, agar perusahaan tidak tertinggal dari perusahaan jasa pengiriman lainnya. Hasil dari pengujian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa hasil tersebut sejalan dengan hasil dari penelitian terdahulu, yaitu dengan adanya optimalisasi layanan PosAja yang diluncurkan oleh PT Pos Indonesia (Persero) dapat membantu pihak Kantor Pos untuk meningkatkan nilai daya tarik lebih tinggi dari perusahaan jasa pengiriman lainnya. Penelitian yang dilakukan Tamadara Hilman (2019) yang meneliti tentang optimalisasi *pick up service* dengan strategi *product development* yang memberikan hasil bahwa dengan adanya optimalisasi yang dilakukan di Kantor Pos tersebut dapat meningkatkan nilai daya tarik lebih tinggi dari para pelanggan.

## 2. Optimalisasi *Free Pick Up Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan

*Pick up service* adalah layanan *pick up* terhadap pelanggan yang akan mengirimkan barang mereka melalui jasa pengiriman Pos, layanan *pick up* ini sudah ada sejak tahun 2017, dan diperbarui pada tahun 2021 menjadi *free pick up service* yang berfungsi untuk melakukan suatu *pick up* kiriman dari para pelanggan secara *free* (gratis). Ini adalah pengembangan dari aplikasi maupun kemitraan Kantor Pos. Layanan *free pick up* ini sangat memudahkan para pelanggan, dikarenakan mereka tidak diharuskan untuk datang ke Kantor Pos jika ingin mengirim barang, cukup dengan menghubungi *contact center* 1500 117 atau melalui layanan PosAja, setelahnya tinggal menunggu petugas *pick up* datang untuk menjemput barang yang akan dikirim oleh pelanggan.

Menurut informan 1, *free pick up service* ini memudahkan para pelanggan untuk melakukan suatu pengiriman. Dengan adanya *free pick up service*, bisa lebih banyak menarik pelanggan untuk melakukan pengiriman dokumen maupun paket di Kantor Pos. Sehingga PT Pos Indonesia (Persero) bisa lebih unggul dari perusahaan jasa pengiriman lainnya. Menurut informan 2, *free pick up service* ini membawa pengaruh yang signifikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan/pengguna jasa pengiriman barang di PT Pos Indonesia (Persero), karena proses pengiriman menjadi lebih efisien dan fleksibel, serta mengurangi resiko barang yang tidak terkirim.

Menurut informan 3, *free pick up service* ini sangat menguntungkan bagi para pelanggan Kantor Pos, dikarenakan dengan adanya *free pick up* ini para pelanggan bisa melakukan pengiriman dokumen maupun paket tanpa biaya penjemputan barang hanya perlu menunggu petugas *pick up* datang ke lokasi penjemputan kiriman. Begitu juga menurut informan 4, jawaban yang diberikan kurang lebih sama seperti informan sebelumnya, *free pick up service* memang sangat menguntungkan bagi para pelanggan untuk mengirim dokumen maupun paket di Kantor Pos. Para pelanggan tinggal menunggu petugas *pick up* menjemput barang yang akan dikirim, tanpa dipungut biaya sepersen pun.

Jadi dapat di simpulkan bahwa *free pick up service* ini sangat membantu pihak Pos untuk menarik lebih banyak pelanggan dan bagi pelanggan sendiri ini sangat menguntungkan, dikarenakan mereka yang memiliki ketebatasan waktu bisa mengirim barang dengan mudah tanpa harus datang ke Kantor Pos. Hasil dari pengujian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa hasil tersebut sejalan dengan hasil dari penelitian terdahulu yang juga mendukung bahwa *free pick up service* ini bisa meningkatkan kualitas pelayanan Kantor Pos terhadap kepuasan pelanggan yakni penelitian yang dilakukan Desti Relinda Qurniawati, dkk (2018) yang juga meneliti tentang *free pick up service* dalam peningkatan kualitas pelayanan yang memberikan hasil bahwa dengan adanya *free pick up service* tersebut dapat meningkatkan kualitas pelayanan Kantor Pos.

## KESIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa Kantor Pos Cabang Utama Jember, sudah melakukan optimalisasi layanan PosAja dan *free pick up service* dengan maksimal. Dengan adanya layanan PosAja dan *free pick up service*, sangat memudahkan para pelanggan untuk mengirim barang ke PT Pos Indonesia (Persero) dan juga menguntungkan bagi pihak Pos itu sendiri, karena membawa pengaruh yang signifikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang di PT Pos Indonesia (Persero), sehingga bisa lebih unggul dari perusahaan jasa pengiriman lainnya. Akan tetapi pihak Pos harus tetap mengoptimalkan layanan PosAja dan *free pick up* dengan cara promosi secara berkala dan terus berinovasi terhadap layanan PosAja agar PT Pos Indonesia (Persero) selalu menjadi pilihan utama bagi masyarakat untuk pengiriman barang.

## DAFTAR REFERENSI

Anggarwati, Martina & Rosi De vi Yanti. 2020. *Pengaruh strategi penetapan harga terhadap loyalitas pelanggan produk kilat khusus mitra korporat Kantor Pos Purwokerto*. Vol. 5, No.1

- Amalia, Emilda & Tony Susilo Wibowo. 2021. *Pengaruh kepercayaan, karakteristik pelayanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kantor Pos Surabaya pusat*. Vol. 2, No.2
- Astuti, Anissa Mayang Indri., Shinta Ratnawati. 2020. *Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran (studi kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100)*. Vol. 17, N0.2
- Herliawati, Lia & Waska Warta. 2021. *Implementasi digital marketing kargo pos di Kantor Pos Indonesia Cikarang*. Vol. 6, No.1
- Hilman, Tamadara & Muhammad Arya Wicaksana. 2019. *Optimalisasi pick up service di kantor pos Wonogiri dengan strategi product development*. Vol. 09, No.2, 2086-8561
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya. Unitomo Press.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc
- Lumenta, Dady J., Silvya L. Mandey., dkk. 2014. *Harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT Pos Indonesia (Persero) Manado*. Vol. 2, No.3
- Majid, Aditya Maulana., Ainun Jariah., dkk. 2019. *Peranan free pick up service dan cash on delivery terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman barang di PT Pos Indonesia (Persero) Lumajang*. Vol. 2, 2622-3031
- Mariana., Edi Jusriadi., dkk. 2019. *Analisa strategi pemasaran layanan pos express pada PT Pos Indonesia (Persero) Makassar*. Vol. 3, No.2
- Moleong, Lexi J., 2006, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Posdakarya, Bandung.
- Prabowo, Febri Indra., Yulianti Keke., dkk. 2021. *Pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT Sarana bandar logistik*. Vol. 15, No.2
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Susilowati, Tri. 2014. *Studi tentang upaya peningkatan kualitas pelayanan PT Pos Indonesia (Persero) di Kantor Pos Samarinda 75000*. Vol. 2, No.4

- Syahputri, Deni Pradana. 2019. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lubuk Pakam*. Vol. 2, No.4
- Warsono, Hardi., Desti Relinda Qurniawati., dkk. 2018. *Inovasi layanan mpospay dan free pick up pos Indonesia dalam peningkatan kualitas pelayanan (studi pada kantor pos Semarang 50000)*. Vol. 2, No.2
- Wahyuni, Retno Candra & Handojo Djoko Walorejo. 2020. *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra perusahaan terhadap keputusan penggunaan jasa PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Semarang*. Vol. 9, No.1
- Taufik, Tatang. 2005. *Pengembangan Sistem Inovasi Daerah: Perspektif Kebijakan*. Buana Press. Tangerang.
- Tjiptono, F dan Chandra, G. 2012. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi offset