

**PERAN DIGITALISASI LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI PT. POS INDONESIA KANTOR CABANG
PEMBANTU (KCP) PADANGAN**

SKRIPSI



Oleh :

FARDIN DWI SANTOSO

NIM. 21010170

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI CENDEKIA
BOJONEGORO
TAHUN 2025**

**PERAN DIGITALISASI LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI PT. POS INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU
(KCP) PADANGAN**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu
syarat guna mencapai gelar Sarjana
Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu
Ekonomi Cendekia Bojonegoro

Oleh :

FARDIN DWI SANTOSO

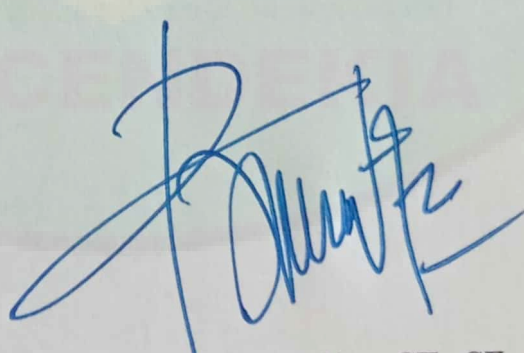
NIM. 21010170

Menyetujui :

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,


Eka Adiputra, SE., MSM.
NUPTK. 9437762663137012


Dr. Ari Kuntardina, ST., SE., MM.
NUPTK. 3754753654230072

Dipertahankan di Depan Panitia Penguji Skripsi

Program Studi Manajemen

STIE CENDEKIA BOJONEGORO

Oleh :

Nama Mahasiswa : Fardin Dwi Santoso

NIM : 21010170

Disetujui dan diterima pada :

Hari, tanggal : Kamis, 14 Agustus 2025

Tempat : STIE Cendekia Bojonegoro

Dewan Penguji Skripsi :

1. Ketua Penguji : Dr. Abdul Azis Safii, SE., MM.

2. Sekretaris Penguji : Dr. Ari Kuntardina, ST., SE., MM.

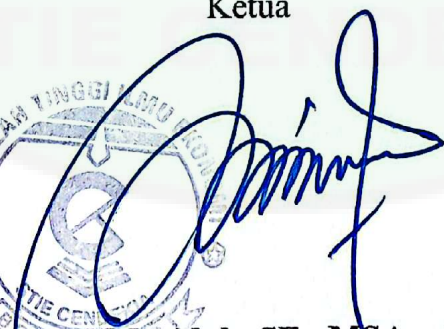
3. Anggota Penguji : Latifah Anom, SE., MM.

(.....
(.....
(.....)

Disahkan oleh :

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro

Ketua



Nurul Mazidah, SE., MSA., AK.
NUPTK. 7837753654232242

MOTTO

*“Sekalipun proses berjalan perlahan dan rasa lelah tak terhindarkan,
semangat untuk terus melangkah tetap penting, karena setiap hal
yang diawali dengan niat harus diselesaikan dengan tekad”*

(Fardin Dwi Santoso)

Kupersembahkan untuk :

Diriku sendiri yang sudah berjuang meraih pendidikan Sarjana Manajemen

Bapak dan Ibu tercinta,

Keluargaku,

Saudara-saudaraku,

Teman-teman seperjuanganku,

Almamaterku

ABSTRAK

Santoso, Fardin D. 2025. *Peran Digitalisasi Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Padangan. Skripsi. Manajemen. STIE Cendekia. Eka Adiputra, SE., MSM. selaku pembimbing satu dan Dr. Ari Kuntardina, ST., SE., MM. selaku pembimbing dua.*

Kata kunci : digitalisasi layanan, kepuasan pelanggan, PT. Pos Indonesia KCP Padangan.

Penelitian ini berfokus pada peran digitalisasi layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Padangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan layanan digital *PosAja!* dan *PosPay* sebagai bentuk layanan digital yang digunakan langsung oleh pelanggan dalam pengiriman barang dan transaksi keuangan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata dan tindakan baik secara lisan maupun secara tertulis. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik pengolahan analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

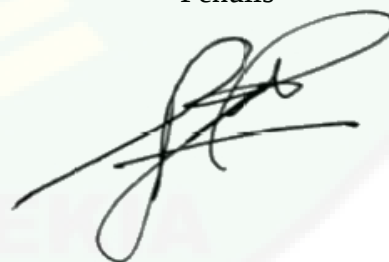
Hasil penelitian ini menunjukkan dengan melalui penerapan aplikasi *PosAja!* dan *PosPay*, digitalisasi mempermudah pelanggan dalam mengakses layanan pengiriman dan transaksi keuangan secara cepat dan efisien tanpa harus datang langsung ke kantor pos. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa digitalisasi layanan memberikan keunggulan terhadap kepuasan pelanggan melalui kemudahan akses, kecepatan proses, kejelasan informasi, serta responsivitas petugas. Pelanggan merasa lebih terbantu dan nyaman, bahkan bagi yang belum familiar dengan teknologi pun mendapat pendampingan langsung dari petugas. Digitalisasi terbukti mampu meningkatkan kualitas layanan, efisiensi operasional, serta membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap PT. Pos Indonesia.

BIODATA SINGKAT PENULIS

Nama Lengkap : Fardin Dwi Santoso
NIM : 21010170
Tempat, Tanggal lahir : Bojonegoro, 07 Maret 2001
Agama : Islam
Pendidikan Sebelumnya : SMA Negeri 1 Padangan
Nama Orangtua/Wali : Moch. Souldon Abidin
Alamat Rumah : Jl. Stasiun lama RT 01/RW 01 Ds. Padangan
Kec. Padangan Kab. Bojonegoro
Judul Skripsi : Peran Digitalisasi Layanan Terhadap Kepuasan
Pelanggan Di PT. Pos Indonesia Kantor Cabang
Pembantu (KCP) Padangan

Bojonegoro, 26 Juli 2025

Penulis



Fardin Dwi Santoso

BIODATA SINGKAT PENULIS

Nama Lengkap : Fardin Dwi Santoso
NIM : 21010170
Tempat, Tanggal lahir : Bojonegoro, 07 Maret 2001
Agama : Islam
Pendidikan Sebelumnya : SMA Negeri 1 Padangan
Nama Orangtua/Wali : Moch. Soulton Abidin
Alamat Rumah : Jl. Stasiun lama RT 01/RW 01 Ds. Padangan
Kec. Padangan Kab. Bojonegoro
Judul Skripsi : Peran Digitalisasi Layanan Terhadap Kepuasan
Pelanggan Di PT. Pos Indonesia Kantor Cabang
Pembantu (KCP) Padangan

Bojonegoro, 26 Juli 2025

Penulis



Fardin Dwi Santoso

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fardin Dwi Santoso

NIM : 21010170

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Peran Digitalisasi Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Padangan”** adalah asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia ijazah dan gelar Sarjana Manajemen yang saya terima dari STIE Cendekia untuk ditinjau kembali.

Bojonegoro, 26 Juli 2025

Yang menyatakan :



Fardin Dwi Santoso
NIM. 21010170

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. serta sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Atas izin dan rahmat-Nya, penulis diberi kesempatan untuk melaksanakan dan menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik dan lancar. Penulisan skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen (S.M) Program Studi Manajemen. Selain itu bertujuan untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya bagi penulis dan juga menambah wawasan bagi pembaca.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Nurul Mazidah, SE., MSA., AK. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro.
2. Ibu Latifah Anom, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Cendekia Bojonegoro.
3. Bapak Eka Adiputra, SE., MSM. dan Ibu Dr. Ari Kuntardina, ST., SE., MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan berbagai petunjuk dan arahan yang sangat berguna dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh dosen, karyawan, rekan-rekan, dan semua pihak yang telah memberikan berbagai bentuk bantuan dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini.

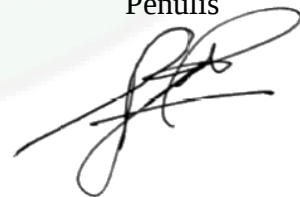
5. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta bantuan yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini.
6. Bapak Teguh selaku Kepala Kantor KCP Padangan yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian ini.
7. Seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu serta memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
8. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Terakhir, teruntuk diri saya sendiri. Terimakasih telah berjuang sampai di titik ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada siapa saja yang mencintai pendidikan. Amin Yaa Robbal Alamin.

Bojonegoro, 26 Juli 2025

Penulis



Fardin Dwi Santoso

5. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta bantuan yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini.
6. Bapak Teguh selaku Kepala Kantor KCP Padangan yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian ini.
7. Seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu serta memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
8. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Terakhir, teruntuk diri saya sendiri. Terimakasih telah berjuang sampai di titik ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada siapa saja yang mencintai pendidikan. Amin Yaa Robbal Alamin.

Bojonegoro, 26 Juli 2025

Penulis



Fardin Dwi Santoso

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
BIODATA SINGKAT PENULIS.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KAJIAN EMPIRIS	 9
A. Kajian Teori dan Deskripsi Teori.....	9
B. Kajian Empiris.....	15
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 17
A. Metode Penelitian dan Alasan Menggunakannya	17
B. Tempat Penelitian.....	18
C. Instrumen Penelitian.....	18
D. Sampel Sumber Data	19

E. Teknik Pengumpulan Data	20
F. Teknik Analisis Data	24
G. Pengujian Keabsahan Data	25
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
A. Gambaran Singkat Obyek Penelitian	26
B. Hasil Penelitian	28
C. Pembahasan	55
 BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	66
 DAFTAR PUSTAKA	67
Lampiran	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Empiris	15
---------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Kantor Cabang	28
---	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat telah mendorong terjadinya perubahan besar di berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam penyelenggaraan layanan publik. Digitalisasi menjadi salah satu bentuk adaptasi terhadap kebutuhan masyarakat modern yang menginginkan pelayanan yang lebih cepat, praktis, dan efisien. Pelayanan yang dulunya bersifat konvensional dan membutuhkan interaksi langsung kini mulai beralih ke sistem berbasis digital yang memungkinkan akses lebih fleksibel kapan saja dan di mana saja (Yunaningsih *et al.*, 2021).

Transformasi digital ini juga menjadi strategi utama dalam menghadapi persaingan, terutama di sektor jasa pengiriman dan logistik. Perusahaan-perusahaan penyedia jasa ekspedisi saat ini berlomba-lomba menghadirkan berbagai inovasi layanan digital untuk menarik dan mempertahankan pelanggan ditengah persaingan industri logistik yang semakin ketat. PT. Pos Indonesia sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang logistik turut melakukan transformasi digital melalui peluncuran berbagai layanan berbasis teknologi, seperti aplikasi *PosAja!*, sistem pelacakan online, dan sistem pembayaran elektronik. Inovasi ini dilakukan sebagai respons terhadap kebutuhan masyarakat yang menginginkan layanan yang cepat, praktis, dan efisien.

Aplikasi *PosAja!* sendiri menawarkan berbagai kemudahan mulai dari pemesanan layanan, pelacakan paket, hingga pembayaran secara digital, yang dirancang untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Muharromah *et al.*, 2024). Selain itu, upaya inovasi digital ini juga menjadi bagian dari strategi PT. Pos Indonesia dalam menjaga daya saing di era Revolusi Industri 4.0 yang menuntut digitalisasi di semua lini pelayanan (Nasution & Aslami, 2022).

Namun demikian, perubahan sistem layanan yang diharapkan dapat mempermudah pelanggan tidak selalu berjalan sesuai harapan. Di beberapa wilayah, terutama di luar kota besar, digitalisasi belum sepenuhnya diterima atau dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi digital, serta ketidaksiapan masyarakat dalam mengadopsi teknologi baru. Penelitian oleh Navastara *et al.*, (2025) menunjukkan bahwa di tingkat desa, keterbatasan akses internet dan perangkat digital menjadi hambatan utama dalam penerapan layanan publik berbasis teknologi. Selain itu, rendahnya literasi digital, terutama di kalangan masyarakat usia lanjut, juga menjadi faktor yang menghambat pemanfaatan layanan digital secara maksimal (Pitrianti *et al.*, 2023).

Tantangan lain yang ditemukan adalah belum adanya sistem pelayanan publik yang terintegrasi serta keterbatasan sumber daya manusia dalam mendukung transformasi digital di wilayah perdesaan (Rahmatullah, 2024). Hal ini diperkuat oleh temuan Fauzan dan Sari (2023) yang

menyebutkan bahwa banyak masyarakat di desa masih merasa lebih nyaman menggunakan sistem manual yang telah mereka kenal sebelumnya. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih intensif dari pemerintah dan pemangku kepentingan terkait untuk meningkatkan infrastruktur digital, memberikan pelatihan literasi digital, serta membangun sistem pelayanan publik yang mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat, termasuk di daerah tertinggal dan terpencil.

Sebagian pelanggan masih merasa lebih nyaman dengan pelayanan secara langsung dibandingkan melalui aplikasi digital. Kondisi ini dapat terlihat di PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Padangan, di mana pelanggan masih banyak yang belum menggunakan layanan digital secara aktif. Kecenderungan untuk tetap mengakses layanan secara tatap muka menunjukkan adanya resistensi atau hambatan dalam pemanfaatan layanan digital. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan literasi digital, kurangnya kepercayaan terhadap sistem digital, maupun kebiasaan yang sudah terbentuk sejak lama. Penelitian oleh Sarjito (2023) menunjukkan bahwa rendahnya tingkat literasi digital di kalangan masyarakat pedesaan dapat membatasi kemampuan mereka untuk menggunakan teknologi dan layanan digital secara efektif. Selain itu, studi oleh Putri (2022) mengungkapkan bahwa kepercayaan terhadap keamanan data merupakan faktor kunci dalam menentukan keberhasilan adopsi layanan digital, dimana masyarakat lebih memilih interaksi langsung karena dianggap lebih aman dan dapat dipercaya. Lebih lanjut, norma budaya yang

mengutamakan kehati-hatian dalam menggunakan teknologi baru juga menjadi hambatan bagi adopsi layanan digital, terutama di kalangan masyarakat yang kurang terbiasa dengan teknologi. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa meskipun layanan digital menawarkan kemudahan, adopsinya masih menghadapi tantangan signifikan di kalangan masyarakat.

Untuk memperkuat dasar penelitian, dua studi terdahulu dijadikan sebagai rujukan. Pertama, penelitian oleh Yaqin (2021) membahas tentang transformasi digital yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia melalui inovasi layanan seperti O-Ranger. Penelitian ini dipilih karena relevan dengan topik digitalisasi yang menjadi fokus utama skripsi ini. Namun, pendekatannya masih bersifat makro dan belum menelusuri bagaimana layanan tersebut diterima oleh pelanggan secara langsung. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilengkapi dengan pendekatan kualitatif yang menggali makna dan pengalaman pengguna terhadap layanan digital tersebut. Studi kedua dari Lisawanto et al., (2023) meneliti hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menggunakan pendekatan kuantitatif. Walaupun belum membahas digitalisasi secara langsung, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami dimensi pelayanan seperti keandalan, daya tanggap, dan empati. Dimensi-dimensi ini akan sangat berguna ketika dipadukan dengan konteks layanan digital untuk melihat apakah perubahan sistem memengaruhi kualitas layanan dari sudut pandang pelanggan.

Kedua studi terdahulu memberikan gambaran penting mengenai transformasi digital dan kualitas pelayanan di PT. Pos Indonesia, namun

belum sepenuhnya menjawab bagaimana digitalisasi layanan dipersepsi dan dialami secara langsung oleh pelanggan, khususnya di tingkat cabang seperti KCP Padangan. Studi Yaqin (2021) masih berada pada level makro dan belum menggali pengalaman individual pelanggan, sementara penelitian Lisawanto (2023) menitikberatkan pada hubungan kuantitatif antara variabel tanpa mengulas konteks digitalisasi secara mendalam. Dengan demikian, terdapat celah penelitian yang penting untuk dijawab, yaitu bagaimana digitalisasi layanan yang diterapkan di KCP Padangan dipahami, dirasakan, dan dimaknai oleh pelanggan, serta sejauh mana hal tersebut memengaruhi kepuasan mereka. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan pendekatan kualitatif yang menempatkan perspektif pelanggan sebagai fokus utama.

Penelitian ini penting untuk dilakukan mengingat layanan digital yang diterapkan oleh PT. Pos Indonesia tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, tetapi juga sebagai bentuk transformasi layanan yang lebih modern dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. KCP Padangan sebagai salah satu unit pelayanan di wilayah non-perkotaan memiliki karakteristik pengguna layanan yang unik dan belum tentu sejalan sepenuhnya dengan kebijakan digitalisasi yang bersifat nasional. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian secara mendalam untuk memahami bagaimana digitalisasi diterima dan dimaknai oleh pelanggan di tingkat lokal. Melalui manajemen layanan digital yang tepat dan disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan setempat, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan

pelanggan, tetapi juga memperkuat posisi layanan Pos Indonesia di tengah persaingan industri logistik yang semakin ketat.

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk menganalisis dan mengadakan penelitian yang berjudul “Peran Digitalisasi Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Padangan”.

B. Fokus Penelitian

Penentuan fokus penelitian merupakan aspek yang sangat penting dalam penelitian kualitatif, karena fokus menjadi titik pusat yang dijadikan objek kajian. Penetapan fokus bertujuan untuk membatasi ruang lingkup studi, sehingga pelaksanaan penelitian menjadi lebih terarah dan layak. Fokus dalam penelitian ini adalah menganalisis Peran Digitalisasi Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Padangan. Penelitian ini menitikberatkan pada penggunaan layanan digital *PosAja!* dan *PosPay* sebagai bentuk layanan digital yang digunakan langsung oleh pelanggan dalam pengiriman barang serta transaksi keuangan. *PosAja!* memudahkan pelanggan mengirim barang tanpa harus datang ke kantor pos, sementara *PosPay* menyediakan layanan pembayaran digital seperti tagihan dan pembelian pulsa. Kepuasan pelanggan dalam konteks digital mencakup kemudahan akses, kecepatan layanan, kejelasan informasi, dan respons petugas terhadap pertanyaan atau keluhan. Dengan pendekatan kualitatif, data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan

dokumentasi untuk memahami pengalaman serta penilaian pelanggan terhadap layanan digital tersebut.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian pada penelitian ini maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana peran digitalisasi layanan di PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Padangan ?
2. Bagaimana peran digitalisasi layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Padangan ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a) Untuk mengetahui peran digitalisasi layanan di PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Padangan.
 - b) Untuk mengetahui peran digitalisasi layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Padangan.
2. Manfaat Penelitian
 - a) Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pelayanan dan digitalisasi layanan publik. Temuan dari

penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai implementasi digitalisasi dalam perusahaan jasa, serta memberikan sudut pandang baru mengenai bagaimana peran digitalisasi layanan terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan pengalaman dan persepsi langsung dari pengguna layanan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang mengkaji isu serupa dalam konteks dan wilayah yang berbeda.

b) Kegunaan Praktis

- 1) Bagi Instansi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi PT. Pos Indonesia KCP Padangan dalam meningkatkan kualitas dan efektivitas layanan digital guna menunjang kepuasan pelanggan.
- 2) Bagi Peneliti, penelitian ini menjadi sarana untuk menambah wawasan serta memperdalam pemahaman peneliti mengenai penerapan digitalisasi layanan dan perbedaannya dengan teori yang dipelajari.
- 3) Bagi Pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan pertimbangan bagi pembaca yang ingin meneliti topik serupa ataupun bidang yang berkaitan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KAJIAN EMPIRIS

A. Kajian Teori dan Deskripsi Teori

1. Digitalisasi Layanan

a) Pengertian Digitalisasi

Digitalisasi merujuk pada proses mengonversi informasi dari bentuk fisik atau analog menjadi bentuk digital (Heiskala *et al.*, 2016). Ketika perusahaan mulai memanfaatkan informasi digital tersebut untuk meningkatkan kinerja bisnis, memperbesar pendapatan, atau menyederhanakan proses kerja, maka hal tersebut dikenal sebagai digitalisasi (Helm *et al.*, 2019).

Lebih lanjut Yunaningsih *et al.*, (2021) menyatakan bahwa digitalisasi dalam layanan publik bertujuan untuk menyediakan pelayanan yang lebih cepat, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Perubahan digital ini tidak hanya memengaruhi sistem internal organisasi, tetapi juga mengubah cara organisasi berinteraksi dengan pelanggan.

b) Digitalisasi Layanan di PT. Pos Indonesia

PT Pos Indonesia sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang logistik dan layanan keuangan, telah melakukan transformasi digital sebagai bentuk adaptasi

terhadap perkembangan teknologi serta perubahan kebutuhan pelanggan. Implementasi digitalisasi ini diwujudkan melalui dua aplikasi utama, yaitu *PosAja!* dan *PosPay* (Pos Indonesia, 2024).

Aplikasi *PosAja!* berfungsi sebagai media pengiriman dokumen dan paket secara daring, yang memungkinkan pelanggan melakukan proses pengiriman tanpa harus datang ke kantor fisik. Sementara itu, *PosPay* merupakan platform berbasis rekening GiroPos yang menyediakan berbagai layanan transaksi keuangan digital, seperti pembayaran tagihan, pembelian pulsa, hingga remitansi (pengiriman uang dari luar negeri). Kehadiran teknologi ini memberikan berbagai kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses layanan logistik dan keuangan, tanpa bergantung pada kehadiran fisik di kantor pos. PT. Pos Indonesia menunjukkan bahwa digitalisasi telah berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kualitas layanan, efisiensi operasional, dan perluasan jangkauan pelayanan publik (Puspitasari *et al.*, 2019).

Digitalisasi merupakan integrasi teknologi digital ke dalam berbagai aspek kegiatan organisasi, termasuk proses pelayanan kepada pelanggan. Dalam konteks ini, digitalisasi di PT. Pos Indonesia dipahami sebagai upaya untuk meningkatkan kecepatan, keterbukaan informasi, dan akurasi pelayanan, sejalan dengan visi perusahaan untuk menjadi penyedia jasa logistik modern berbasis teknologi. Seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan

perkembangan teknologi digital di Indonesia, gaya hidup masyarakat juga mengalami perubahan. Aktivitas sehari-hari kini semakin bergantung pada layanan digital, termasuk dalam hal transaksi keuangan dan pengiriman barang, khususnya melalui sektor *e-commerce*. Penelitian oleh Lisawanto *et al.*, (2023) menunjukkan bahwa digitalisasi layanan di PT. Pos Indonesia berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, meningkatkan kualitas layanan, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Hal ini sejalan dengan temuan Yaqin (2021), yang menjelaskan bagaimana PT Pos Indonesia melakukan transformasi dan inovasi dalam mempertahankan daya saing di era digital, termasuk penggunaan aplikasi dan platform online untuk memperluas jangkauan dan efisiensi operasional.

Dengan demikian, langkah digitalisasi yang dilakukan PT. Pos Indonesia merupakan strategi yang tepat dalam menjawab tuntutan era digital, sekaligus upaya dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui layanan yang inovatif, praktis, dan responsif.

2. Kepuasan dalam Konteks Layanan Digital

a) Pengertian Kepuasan Pelanggan

Membangun sebuah bisnis dengan jangka panjang untuk memberikan keuntungan dan keberhasilan merupakan suatu hal yang diharapkan para pengusaha. Namun ada beberapa faktor pendukung

penting seperti modal, karyawan dengan skill terbaik dan tentunya tak lepas dari konsumen atau pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk membangun bisnis lebih maju untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Menurut Saladin (2003), pengertian kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Kotler & Keller (2007), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Lebih lanjut, Tjiptono (2012) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Maka secara singkat arti kepuasan pelanggan adalah suatu hal yang dicari atau dibutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan seperti suatu barang atau jasa. Mempunyai produk atau jasa yang terbaik, berkualitas merupakan incaran pelanggan. Karena semakin baik kualitas produk atau jasa ini akan berperan penting untuk menarik konsumen yang berpotensi berkemungkinan besar pelanggan akan percaya dengan membutuhkan perusahaan (Loyalitas) (Rosyda, 2023).

b) Kepuasan dalam Konteks Layanan Digital

Kepuasan pelanggan dalam layanan digital merujuk pada kondisi di mana pengguna merasa puas setelah mengakses atau menggunakan suatu layanan berbasis teknologi digital. Rasa puas ini muncul apabila layanan tersebut mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan melalui pengalaman yang mudah, efisien, dan menyenangkan. Terdapat sejumlah elemen yang memengaruhi kepuasan ini, di antaranya adalah kemudahan dalam pengoperasian, kestabilan sistem, kecepatan dalam merespons, serta kualitas keseluruhan dari pengalaman pengguna. Secara praktis, kepuasan pelanggan terhadap layanan digital juga bergantung pada kemudahan mengakses layanan, kecepatan pemberian layanan, kejelasan informasi yang tersedia, dan ketanggapan layanan dalam menangani pertanyaan maupun keluhan (Asakdiyah et al., 2023). Oleh karena itu, organisasi atau perusahaan yang memanfaatkan teknologi digital dalam pelayanannya harus merancang sistem yang cepat, adaptif, dan fokus pada kebutuhan pelanggan agar mampu menciptakan pengalaman yang positif dan berkelanjutan.

c) Upaya Mengoptimalkan Kepuasan Pelanggan

Pelanggan adalah raja. Keberadaan perusahaan dengan segala unsurnya harus diarahkan untuk memuaskan pelanggan (Kotler:2007). Setiap perusahaan harus membangun relasi akrab dan intim dengan pelanggan (*Customer Intimacy*). Perusahaan harus

selalu berupaya menyesuaikan produk dan jasa yang ditawarkannya mengikuti kebutuhan konsumen (Sugawara, 2014). Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu :

- 1) Perusahaan harus mampu memberikan jasa yang telah dijanjikannya secara akurat dan terpercaya. Kinerja jasa harus sesuai bahkan melebihi harapan konsumen.
- 2) Perusahaan harus *responsive* (cepat tanggap) terhadap konsumen, memberi pelayanan yang cepat kepada pelanggan, bersikap proaktif, tidak menunggu sampai konsumen mengeluh. Kalau ada keluhan harus cepat ditanggapi secara simpati.
- 3) Karyawan harus memiliki kemampuan untuk melaksanakan tugas, ramah dan sopan kepada konsumen.

B. Kajian Empiris

Tabel 2. 1
Kajian Empiris

Sumber : penelitian yang sudah ada sebelumnya

No.	Judul Penelitian	Metode yang Digunakan	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Digitalisasi PT Pos dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT Pos Indonesia (Lisawanto <i>et al.</i> , 2023)	Kuantitatif, Regresi Linear Sederhana	Digitalisasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan indikator layanan berbasis aplikasi seperti PosGiro Mobile dan e-POD.	Sama-sama membahas digitalisasi dan kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia.	Fokus di kantor pusat Kota Bandung & pendekatan kuantitatif, sedangkan penelitian saya di KCP Padangan dan bersifat kualitatif.
2.	Transformasi dan Inovasi PT Pos Indonesia dalam Menjaga Daya Saing di Era Digitalisasi (Yaqin, 2021)	Kualitatif, deskriptif	Inovasi O-ranger membantu meningkatkan layanan pick-up dan daya saing perusahaan, meski belum signifikan.	Sama-sama membahas digitalisasi di PT Pos dan pengaruhnya terhadap pelanggan.	Fokus pada inovasi O-ranger dan daya saing, bukan secara langsung pada kepuasan pelanggan.
3.	Identifikasi Faktor Penghambat Transformasi Digital Pada PT. Pos Logistik Indonesia (Alif <i>et al.</i> , 2024)	Kualitatif, wawancara	Ditemukan faktor penghambat digitalisasi seperti kesiapan SDM, sistem, dan proses bisnis.	Sama-sama membahas tantangan dalam implementasi digitalisasi.	Penelitian ini fokus pada hambatan internal perusahaan, bukan persepsi atau kepuasan pelanggan.

No.	Judul Penelitian	Metode yang Digunakan	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4.	Upaya Meningkatkan Kualitas Layanan Publik Melalui Digitalisasi (Yunaningsih <i>et al.</i> , 2021)	Deskriptif kualitatif	Digitalisasi meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan publik, didorong oleh kemudahan akses teknologi.	Sama-sama menyoroti manfaat digitalisasi untuk pelayanan.	Fokus pada pelayanan publik tingkat kelurahan, bukan perusahaan jasa seperti PT Pos.
5.	Menata Ulang Masa Depan: Digitalisasi Logistik & Kinerja Ekonomi (Al Farohi <i>et al.</i> , 2023)	Kuantitatif (2SLS) & kualitatif	Digitalisasi logistik memberi dampak positif pada efisiensi biaya dan performa ekonomi.	Membahas digitalisasi dalam sektor logistik seperti PT Pos.	Fokus pada kinerja ekonomi makro, bukan kepuasan pelanggan atau layanan mikro di cabang.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian dan Alasan Menggunakannya

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengkaji secara mendalam mengenai peran digitalisasi layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Padang. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menggambarkan secara rinci dan menyeluruh tentang pengalaman, persepsi, serta tanggapan pelanggan terhadap layanan digital yang diterapkan oleh PT. Pos Indonesia KCP Padang.

Selain itu, pendekatan ini relevan digunakan karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dinamika internal organisasi, proses pelayanan berbasis digital, serta interaksi antara karyawan dan pelanggan. Seperti yang dijelaskan oleh Creswell & Creswell (2017), penelitian kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dihasilkan oleh individu atau kelompok terhadap suatu permasalahan sosial tertentu, serta memberikan ruang untuk interpretasi dan pemahaman mendalam terhadap fenomena yang kompleks dan multidimensional.

Menurut Sugiyono (2023), metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi alamiah, di mana peneliti sebagai instrumen kunci harus mampu menyesuaikan diri dengan dinamika sosial yang terjadi di lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara

mendalam, dan dokumentasi, sedangkan analisis data bersifat induktif, dengan hasil yang lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

B. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Padangan, yang berlokasi di Jl. Dr. Soetomo No. 62, Dusun Pengkok, Kec. Padangan, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur 62162. Lokasi ini dipilih karena merupakan salah satu unit operasional PT. Pos Indonesia yang telah menerapkan layanan digital dalam kegiatan operasional sehari-hari. Waktu penelitian direncanakan berlangsung dari bulan 1 Mei 2025 sampai dengan 31 Juli 2025.

C. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, peneliti berfungsi sebagai instrumen utama karena pengumpulan data dilakukan secara langsung oleh peneliti melalui interaksi dengan narasumber. Sebelum melakukan pengumpulan data, peneliti terlebih dahulu melakukan validasi diri, mencakup penguasaan terhadap teori digitalisasi layanan, pemahaman metodologi kualitatif, serta kesiapan akademik dan logistik. Nasution (2008) menyebutkan bahwa dalam penelitian kualitatif, manusia sebagai instrumen utama memiliki fleksibilitas untuk memahami realitas sosial yang kompleks dan kontekstual.

Instrumen tambahan, seperti pedoman wawancara dan daftar periksa observasi, dapat dikembangkan seiring proses penelitian berlangsung untuk

membantu dalam pengumpulan dan pengorganisasian data. Instrumen ini bersifat terbuka dan dapat dimodifikasi menyesuaikan dengan dinamika dan temuan lapangan.

D. Sampel Sumber Data

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua teknik, yaitu *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Sampel dalam penelitian ini terdiri atas pelanggan PT. Pos Indonesia KCP Padangan yang pernah menggunakan layanan digital yaitu *PosAja!* dan *PosPay*, informan tersebut yaitu Mbak Rini selaku pemilik usaha pakaian, Mas Arif selaku pemilik usaha snack ringan, dan Mas Wahyu selaku pemilik usaha bunga. Selain itu, peneliti juga melibatkan kepala KCP yaitu Pak Teguh sebagai informan kunci dari pihak internal guna memperoleh perspektif yang lebih mendalam mengenai implementasi dan operasionalisasi layanan digital di lingkungan kerja. Pemilihan informan internal dilakukan secara selektif dengan tetap menjaga objektivitas, meskipun peneliti merupakan bagian dari tim kerja di kantor tersebut.

Teknik *purposive sampling* digunakan untuk memilih informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung terkait digitalisasi layanan serta manfaatnya terhadap kepuasan pelanggan. Pendekatan ini sejalan dengan pendapat Sugiyono, (2023), yang menyatakan bahwa *purposive sampling* dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk memilih informan yang dianggap

paling memahami permasalahan yang sedang diteliti. Dalam hal ini informan yang terlibat adalah Pak Teguh selaku Kepala KCP Padangan.

Untuk memperluas cakupan data, digunakan pula teknik *snowball sampling*, yaitu dengan menelusuri jaringan pelanggan yang relevan melalui informasi atau rujukan dari informan awal. Teknik ini memungkinkan peneliti menjangkau informan tambahan yang memiliki pengalaman serupa dalam menggunakan layanan digital, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih kaya, mendalam, dan beragam. Dalam hal ini informan yang terlibat adalah pelanggan yang pernah menggunakan aplikasi *PosAja!* dan *PosPay* yaitu Mbak Rini selaku pemilik usaha pakaian, Mas Arif selaku pemilik usaha snack ringan, dan Mas Wahyu selaku pemilik usaha bunga. Dengan demikian, kombinasi kedua teknik pengambilan sampel ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pengaruh digitalisasi layanan terhadap kepuasan pelanggan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua metode, yaitu studi lapangan dan studi kepustakaan. Studi lapangan dilakukan untuk memperoleh data primer secara langsung dari informan, seperti pelanggan yang telah menggunakan layanan digital (*PosAja!* dan *PosPay*), serta Kepala KCP Padangan. Teknik pengumpulan data lapangan dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi, guna memahami secara langsung pengalaman dan persepsi pelanggan terhadap layanan digital yang

tersedia. Pendekatan ini bertujuan untuk menggali informasi yang bersifat kontekstual dan aktual di lingkungan penelitian. Sementara itu, studi kepustakaan dilakukan untuk menelaah teori-teori yang relevan, seperti konsep kepuasan pelanggan, digitalisasi layanan publik, dan inovasi pelayanan.

Seluruh data yang dianalisis dalam penelitian ini bersumber langsung dari pengalaman para informan dan pengamatan peneliti, sehingga dapat dikategorikan sebagai data primer. Dengan demikian, proses analisis dilakukan murni berdasarkan temuan empiris di lapangan. Dengan mengandalkan data primer yang diperoleh secara langsung, hasil penelitian ini diharapkan dapat mencerminkan kondisi aktual dan memberikan gambaran yang akurat mengenai peran digitalisasi layanan di PT. Pos Indonesia KCP Padangan. Sementara itu, berdasarkan teknik pengumpulannya, data dapat diperoleh melalui, sebagai berikut :

a) Observasi

Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung proses pelayanan digital di PT. Pos Indonesia KCP Padangan, termasuk sistem antrian digital, transaksi online, dan penggunaan aplikasi layanan pos. Menurut Moleong (2017), observasi memungkinkan peneliti untuk memperoleh data empiris melalui pengamatan terhadap perilaku dan aktivitas subjek penelitian dalam konteks alami.

b) Wawancara

Wawancara dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk terstruktur, semi terstruktur, atau tidak terstruktur, tergantung kebutuhan eksplorasi informasi (Maryaeni, 2005). Dalam penelitian ini, wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam, yaitu wawancara yang dilakukan tanpa menggunakan format pertanyaan yang kaku atau terstruktur. Pertanyaan bersifat eksploratif untuk menggali informasi secara lebih mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan pendekatan yang fleksibel dan tidak formal, sehingga memungkinkan subjek penelitian untuk menyampaikan pandangan dan pengalaman mereka secara lebih luas terkait berbagai aspek yang diteliti. Meskipun bersifat tidak terstruktur, peneliti tetap menggunakan pedoman wawancara sebagai acuan umum agar pembahasan tetap sesuai dengan fokus penelitian.

Pada penelitian ini, informan yang dipilih untuk diwawancarai meliputi kepala KCP dan pelanggan PT. Pos Indonesia KCP Padang yang pernah menggunakan layanan digital. Sebelum wawancara dilakukan, peneliti menyampaikan maksud dan tujuan penelitian kepada informan serta meminta izin untuk merekam wawancara. Hasil wawancara kemudian ditranskrip dan dianalisis untuk memperoleh temuan yang relevan dengan tujuan penelitian.

c) Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2023), menjelaskan bahwa dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui penelusuran catatan tertulis, gambar, atau arsip yang relevan dengan objek penelitian. Metode dokumentasi digunakan sebagai teknik pelengkap dalam pengumpulan data untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi yang dilakukan di lapangan. Dokumentasi dalam penelitian ini bersifat kualitatif dan digunakan untuk mencatat serta menyimpan bukti-bukti yang relevan dengan objek penelitian secara visual maupun tertulis.

Data yang terkumpul melalui dokumentasi meliputi catatan observasi lapangan yang dibuat peneliti selama proses pengumpulan data berlangsung, serta rekaman wawancara dengan pelanggan dan kepala KCP juga didokumentasikan dan ditranskripsikan untuk keperluan analisis lebih lanjut. Dokumentasi ini berperan penting dalam menyajikan bukti pendukung yang memperjelas dan memperkuat temuan-temuan yang diperoleh dari wawancara.

Teknik ini juga memungkinkan peneliti untuk menjaga akurasi data, memperkaya deskripsi penelitian, serta memperkuat validitas temuan dengan menyertakan jejak visual atau tertulis dari kondisi nyata di lapangan. Melalui dokumentasi, peneliti dapat menangkap dinamika pelayanan digital yang berlangsung secara langsung, sehingga pemahaman terhadap peran digitalisasi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan menjadi lebih utuh, kontekstual, dan mendalam.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman (1994), yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu :

1. Reduksi Data

Proses seleksi, penyederhanaan, dan transformasi data mentah yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi ke dalam bentuk yang lebih terorganisir. Tujuannya adalah menyaring data yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu digitalisasi layanan dan kepuasan pelanggan.

2. Penyajian Data

Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, matriks, atau grafik sederhana untuk memudahkan analisis dan penarikan kesimpulan. Penyajian ini bertujuan untuk menstrukturkan informasi sehingga dapat dimengerti dan dijadikan dasar pengambilan keputusan.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Setelah data dianalisis dan disajikan, peneliti melakukan penarikan kesimpulan sementara yang kemudian diverifikasi melalui triangulasi data dan konfirmasi dari informan. Proses ini bersifat iteratif dan berlangsung terus-menerus sepanjang penelitian.

G. Pengujian Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Menurut Mathinson (1988) dalam Sugiyono (2023), mengemukakan bahwa triangulasi merupakan teknik yang bertujuan untuk menguji kesesuaian dan konsistensi data agar informasi yang diperoleh lebih valid, lengkap, dan dapat dipercaya. Dalam konteks penelitian ini, triangulasi sumber dilakukan dengan menggali informasi dari berbagai pihak terkait, yaitu kepala KCP Padangan, serta pelanggan yang pernah menggunakan aplikasi layanan digital yaitu *PosAja!* dan *PosPay*. Triangulasi teknik dilakukan dengan mengombinasikan wawancara, observasi langsung, serta dokumentasi. Dengan pendekatan tersebut, diharapkan penelitian ini mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana digitalisasi layanan di PT. Pos Indonesia KCP Padangan berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Farohi, M. F., Fajar, M. Z. N., & Ali, M. (2023). Menata Ulang Masa Depan: Bagaimana Digitalisasi Logistik Dapat Mengkatalisasi Kinerja Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital (Ekobil)*, 2(2), 16–26. <https://doi.org/10.58765/ekobil.v2i2.155>
- Alif, M., Pradana, R., & Tricahyono, D. (2024). *Identifikasi Faktor Penghambat Transformasi Digital Pada PT . Pos Logistik Indonesia*. 11(5), 4559–4568.
- Asakdiyah S., Hakiki R., T. H. K. (2023). Kepuasan Pelanggan Di Era Digital : Strategi Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Jangka Panjang. In T. Yuwanda (Ed.), *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical* (cetakan pe, Vol. 44, Issue 8). Takaza Innovatix Labs.
- Creswell, John W.; Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Fauzan, R.; Sari, D. (2023). Digitalisasi Pelayanan Publik di Desa: Tantangan dan Peluang Kebijakan. *Jurnal Kebijakan Publik*, 5(1), 45–60.
- Heiskala, M., Jokinen, J. P., & Tinnilä, M. (2016). Crowdsensing-based transportation services - An analysis from business model and sustainability viewpoints. *Research in Transportation Business and Management*, 18, 38–48. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2016.03.006>
- Helm, S., Serido, J., Ahn, S. Y., Ligon, V., & Shim, S. (2019). Materialist values, financial and pro-environmental behaviors, and well-being. *Young Consumers*, 20(4), 264–284. <https://doi.org/10.1108/YC-10-2018-0867>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-1). Indeks.
- Lisawanto, L., Mantri, Y. M., Yusuf, R., & Mohdari, M. (2023). Digitalisasi PT Pos dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT Pos Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 667. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.1072>
- Maryaeni. (2005). *Metode penelitian kebudayaan*. Bumi Aksara.
- Miles, Matthew B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (edisi revi). Remaja Rosdakarya.

- Muharromah, I., Yusuf, Y., & Utami, P. (2024). Inovasi Pelayanan Melalui Aplikasi Pos Aja sebagai Upaya Menjaga Daya Saing Jasa Pengiriman Barang di PT. Pos Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(2), 467–476.
- Nahdah A., Pane P. N., Jannah N. M., P. D. K. (2023). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memanfaatkan Layanan Pegadaian Di Era Digital. *Jumas : Jurnal Masyarakat Implementasi Metode Talaqqi Pada Pembelajaran Tahfidzul Qur'an Di Smp It Nurul Azmi Medan*, 02(01), 26–33.
- Nasution. (2008). *Metode Naturalistic Kualitatif*. Tarsito.
- Nasution, A. M., & Aslami, N. (2022). Upaya PT Pos Indonesia Dalam Melakukan Inovasi Layanan Di Era Revolusi Industri 4.0. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 1(2), 95–102.
- Navastara, A. M., Zikky, M., Bashri, A., & Gilbert, T. (2025). *Pangkahkulon “Go Digital ”: Inovasi Layanan Publik Berbasis Teknologi*. 9(2).
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods* (2nd ed.). Sage Publications.
- Pitrianti, S., Sampetoding, E. A. M., Purba, A. A., & Pongtambing, Y. S. (2023). Literasi Digital Pada Masyarakat Desa. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 43–49. <https://doi.org/10.33005/sitasi.v3i1.655>
- Pos Indonesia. (2024). *Beranda Pos Indonesia*. <https://www.posindonesia.co.id/en>
- Puspitasari, A., Jamal, M., & Hasanah, N. (2019). Inovasi Layanan PT.Pos Indonesia Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Menjaga Eksistensi Di Era Persaingan Global (Studi Kasus Kantor Pos Samarinda). *EJournal Ilmu Pemerintahan*, 7(2), 647–660. [https://ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/04/51 Anisha Puspitasari \(04-25-19-10-25-56\).pdf](https://ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/04/51-Anisha-Puspitasari-(04-25-19-10-25-56).pdf)
- Putri, F. W. (2022). *Pengaruh Efektivitas, Kemudahan Dan Keamanan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia*.
- Rahmatullah. (2024). Tinjauan yuridis digitalisasi pelayanan publik pemerintahan desa di wilayah kepulauan. *Jurnal Administrasi Publik Dan Pemerintahan*, 7(2), 1–10.
- Rosyda. (2023). *Pengertian Kepuasan Pelanggan: Faktor, Indikator dan*

Optimalisasinya. <https://www.gramedia.com/literasi/kepuasan-pelanggan/>

Saladin, D. (2003). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Unsur Pemasaran*. CV. Linda Karya.

Sarjito, A. (2023). Dampak Digitalisasi Administrasi Perdesaan di Negara Berkembang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 13(2), 106–124. <https://doi.org/10.33592/jiia.v13i2.3814>

Sugawara E., N. H. (2014). Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Servis Bengkel Pt. Bengawan Abadi Motor (Nasmoco Solo Baru). *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12), 7250–7257.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi.

Yaqin, N. (2021). *PT Pos Indonesia Transformation And Innovation in Maintaining Competitiveness in The Digitals Era*. 2(2), 292–299.

Yunaningsih, A., Indah, D., & Eryanto Septiawan, F. (2021). Upaya Meningkatkan Kualitas Layanan Publik Melalui Digitalisasi. *Altasia : Jurnal Pariwisata Indonesia*, 3(1), 9–16. <https://doi.org/10.37253/altasia.v3i1.4336>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

Pertanyaan untuk Informan Utama

1. Bisa diceritakan bagaimana awalnya Anda mulai menggunakan layanan digital *PosAja!* dan *PosPay* dari PT. Pos Indonesia ?
2. Menurut Anda, apakah layanan digital tersebut mudah diakses dan digunakan ?
3. Apakah proses pengiriman atau pembayaran melalui layanan ini terasa lebih cepat dibanding datang langsung ke kantor pos ?
4. Apakah informasi dalam layanan digital (seperti estimasi, ongkos kirim, status pengiriman, atau tagihan) mudah dipahami dan jelas ?
5. Apakah informasi estimasi waktu pengiriman sesuai dengan kenyataan ? Misalnya, Anda pernah kirim ke mana dan tiba berapa hari ?
6. Apakah Anda merasa puas dengan cara petugas merespons pertanyaan atau keluhan Anda ?
7. Apa saran Anda agar layanan *PosAja!* dan *PosPay* bisa lebih baik ke depannya ?

Pertanyaan untuk Informan Pendukung

1. Sejak kapan layanan digital *PosAja!* dan *PosPay* mulai diterapkan secara aktif di KCP Padangan ?
2. Bagaimana Anda menilai kemudahan akses aplikasi bagi pelanggan, terutama yang awam teknologi ?
3. Berapa estimasi waktu pengiriman yang dijanjikan layanan dan bagaimana realisasinya di lapangan ?
4. Apakah informasi tarif, tracking, atau estimasi tiba di aplikasi sudah cukup jelas menurut Anda ?
5. Bagaimana petugas Anda merespons pertanyaan atau keluhan pelanggan (misalnya tentang keterlambatan kiriman atau error aplikasi) ?
6. Apa langkah pengembangan atau evaluasi yang akan dilakukan agar layanan digital lebih optimal dan pelanggan lebih puas?

Lampiran 2

TRANSKIP REKAMAN WAWANCARA

Informan 1

Nama : Mas Wahyu
Jabatan : Pemilik Usaha Bunga
Tanggal/Waktu : 24 Juni 2025, pukul 14.30-15.00
Tempat : Kediaman

Keterangan :

Pewawancara : P

Informan : I

P : Selamat siang, Mas Wahyu. Saya izin melakukan wawancara ya, terkait penggunaan layanan digital dari PT. Pos Indonesia, yaitu *PosAja!* dan *PosPay*. Wawancara ini untuk keperluan penelitian skripsi saya. Apakah Ibu bersedia ?

I : **Oh iya, nggak apa-apa, silakan Mas. Saya pernah pakai dua-duanya kok, *PosAja!* sama *PosPay*.**

P : Bisa diceritakan Mas, bagaimana awal mulai menggunakan layanan digital *PosAja!* dan *PosPay*?

I : **Awalnya itu waktu pandemi, Mas, sekitar tahun 2021-an. Kan susah tuh keluar rumah, apalagi saya sering kirim bunga segar ke luar kota. Terus petugas Pos di sini bilang sekarang bisa pakai aplikasi namanya *PosAja!*. Saya coba download, ternyata lumayan gampang. Nah kalau *PosPay* itu saya pakai buat bayar listrik sama BPJS. Jadi ya dua-duanya mulai rutin saya pakai dari situ.**

P : Menurut Mas Wahyu, apakah layanan digital itu mudah diakses dan digunakan? Bisa dijelaskan ?

I : **Kalau saya pribadi sih ya bisa, gampang-gampang aja. Tapi harus**

ngerti dulu langkah-langkahnya. Waktu pertama download sempat bingung daftar akunnya, tapi petugas Pos bantuin. Kalau sekarang ya sudah lancar, tinggal buka, isi data kiriman, terus dijemput kurirnya.

P : Apakah proses pengiriman atau pembayaran melalui layanan ini terasa lebih cepat dibanding datang langsung ke kantor pos ?

I : **Iya, jelas lebih cepat dan nggak ribet. Biasanya saya harus ke kantor pos, antre, bawa barang sendiri. Sekarang tinggal input aja dari HP, kurir yang ambil. Sama kalau bayar tagihan juga, pakai *PosPay* lebih praktis, bisa dari rumah kapan aja.**

P : Kalau dari sisi informasi, seperti estimasi, ongkos kirim, status pengiriman, atau tagihan, itu mudah dipahami dan jelas ?

I : **Iya, cukup jelas. Di *PosAja!* itu kita bisa lihat tarifnya langsung, estimasi nyampainya kapan, terus bisa tracking juga. Kalau *PosPay* juga kelihatan jelas kok tagihan berapa, ada riwayat transaksinya juga.**

P : Menurut Mas Wahyu, estimasi waktu pengirimannya sesuai dengan kenyataan ? Pernah kirim ke mana dan nyampainya berapa hari ?

I : **Saya sering kirim ke Lamongan, Surabaya, sama Solo. Biasanya estimasi dua sampai tiga hari, dan ya memang sekitar segitu nyampainya. Pernah juga kirim ke Bekasi, tiga hari kerja sampai. Jadi ya sesuai sih, jarang molor kecuali kalau hujan deras.**

P : Pernah nggak, Mas Wahyu menghubungi petugas untuk tanya soal status kiriman atau ada keterlambatan? Bagaimana respons mereka ?

I : **Pernah sekali, waktu kiriman ke Sidoarjo agak lama update-nya. Saya WA petugas Pos Padangan, langsung dibantu dicekin di sistem mereka. Mereka ramah kok, kasih info lengkap. Jadi saya tenang, ternyata kiriman masih proses sortir aja.**

P : Kalau soal respons dari petugas, apakah merasa puas ?

I : **Alhamdulillah puas. Soalnya mereka cepat tanggap, nggak dibiarkan. Kita tanya langsung dijawab dan dijelaskan dengan detail. Itu yang bikin saya tetap pakai Pos sampai sekarang, karena pelayanannya**

juga bagus.

- P** : Secara keseluruhan, puas nggak pakai aplikasi *PosAja!* dan *PosPay* ini ?
Apa yang paling pengaruh ke kepuasan ?
- I** : **Iya, saya puas. Yang paling pengaruh itu karena praktis dan nggak buang waktu. Saya kan sibuk jualan bunga, kadang nggak sempat keluar rumah. Aplikasi ini ngebantu banget. Sama satu lagi, biaya kirimnya lebih terjangkau dibanding ekspedisi lain.**
- P** : Kalau dibandingkan dulu sebelum pakai aplikasi, apakah sekarang lebih nyaman dan lebih sering pakai layanan Pos ?
- I** : **Iya, dulu paling seminggu sekali kirim. Sekarang hampir tiap hari saya pakai. Jadi ya, makin nyaman dan makin rutin pakai *PosAja!*, apalagi bisa dari rumah langsung dijemput kurir.**
- P** : Terakhir Mas Wahyu, ada saran nggak supaya layanan *PosAja!* dan *PosPay* bisa lebih baik ke depannya ?
- I** : **Kalau bisa aplikasinya lebih ringan ya, soalnya HP saya punya RAM yang kecil, kadang suka lemot. Tapi secara umum sih udah oke Mas.**
- P** : Baik, terima kasih banyak atas waktu dan kesediaannya menjawab pertanyaan. Semoga sehat selalu dan usahanya lancar.
- I** : **Aamiin. Sama-sama Mas, semoga skripsinya juga lancar, ya.**

TRANSKIP REKAMAN WAWANCARA

Informan 2

Nama : Mbak Rini
Jabatan : Pemilik Usaha Pakaian
Tanggal/Waktu : 25 Juni 2025, pukul 14.30-15.00
Tempat : Kediaman

Keterangan :

Pewawancara : P

Informan : I

P : Selamat sore, Mbak Rini. Saya mohon izin untuk melakukan wawancara sebentar ya, mengenai penggunaan layanan digital *PosAja!* dan *PosPay* dari PT Pos Indonesia. Apakah bersedia ?

I : Oh, iya Mas. Monggo, silakan aja. Saya memang sering pakai dua layanan itu buat kirim baju.

P : Bisa diceritakan bagaimana awal mulai menggunakan layanan digital *PosAja!* dan *PosPay* ?

I : Awalnya itu saya dikasih tahu sama petugas pos, Mas. Katanya sekarang ada aplikasi namanya *PosAja!*, jadi kita bisa kirim barang tanpa harus ke kantor pos. Karena saya jualan pakaian online, ya saya coba pakai. Terus ternyata enak juga. Kalau *PosPay* itu saya pakai buat bayar listrik, kadang juga buat top up, sama transfer ke supplier. Jadi dua-duanya saya pakai bareng.

P : Menurut Mbak Rini, apakah layanan digital tersebut mudah diakses dan digunakan ? Bisa dijelaskan ?

I : Kalau saya pribadi sih gampang ya, tinggal download terus isi datanya. Pertama kali pakai memang agak bingung, tapi nggak lama-lama. Apalagi saya sudah biasa pakai HP buat jualan. Cuma mungkin kalau yang belum biasa pakai aplikasi, ya perlu dibantuin dulu.

- P** : Apakah proses pengiriman atau pembayaran melalui layanan ini terasa lebih cepat dibanding datang langsung ke kantor pos ?
- I** : **Ya jelas lebih cepat, Mas. Biasanya saya bawa dus-dus baju ke kantor pos. Sekarang tinggal order dari HP, nanti kurirnya datang jemput. Jadi lebih hemat waktu. Kalau PosPay juga lebih cepat, saya bisa bayar listrik atau tagihan langsung dari rumah.**
- P** : Apakah informasi seperti estimasi waktu, ongkos kirim, status pengiriman, atau tagihan itu mudah dipahami dan jelas ?
- I** : **Alhamdulillah jelas, Mas. Ongkirnya kelihatan sebelum dikirim, ada juga estimasi berapa hari sampai. Bisa tracking juga. Kalau PosPay malah lebih jelas lagi, ada notifikasi dan riwayat transaksi. Jadi kita bisa ngecek kapan pun.**
- P** : Menurut Mbak Rini, apakah estimasi pengiriman di aplikasi sesuai dengan kenyataan di lapangan ? Pernah kirim ke mana dan sampai berapa hari ?
- I** : **Saya sering kirim ke Madiun, Blora, sama Gresik. Biasanya dua hari udah sampai. Pernah kirim ke Bandung, tiga hari sampai. Jadi selama ini ya sesuai. Kalau terlambat, paling cuma sehari, itu pun karena faktor cuaca atau overload.**
- P** : Pernah nggak menghubungi petugas untuk bertanya soal status kiriman atau keterlambatan ? Bagaimana respons mereka ?
- I** : **Pernah, Mas. Kiriman ke Sidoarjo waktu itu belum update juga statusnya. Saya langsung hubungi petugas Pos Padangan lewat WA. Dijawab cepat, dicekin langsung lewat sistem mereka, terus saya dikabarin lagi. Jadi responsnya bagus dan cepet.**
- P** : Kalau soal respons dari petugas, apakah merasa puas ?
- I** : **Iya, puas. Karena mereka tanggap dan jelas jawabannya. Nggak muter-muter. Saya tanya, langsung dicari solusinya. Bahkan pernah dibantu buat cek sampai ke kantor tujuan. Jadi saya sebagai pelanggan ya merasa dihargai.**
- P** : Secara keseluruhan, apakah puas menggunakan aplikasi *PosAja!* dan *PosPay* ? Apa yang paling memengaruhi ?

- I : Puas, Mas. Karena aplikasi ini membantu banget buat usaha saya. Bisa kirim barang dari rumah, bayarnya fleksibel, dan pelayanannya juga cepat. Yang paling berpengaruh ya efisiensi waktu dan biaya. Pos juga sekarang makin modern lah.**
- P : Apakah layanan digital ini membuat Mbak Rini lebih nyaman dan lebih sering menggunakan Pos Indonesia dibanding sebelumnya?**
- I : Jelas, Mas. Dulu saya pakai jasa lain. Tapi sekarang karena *PosAja!* sudah bisa jemput dan layanannya stabil, saya jadi sering pakai Pos lagi. Hampir tiap hari kirim paket, kadang lebih dari lima resi.**
- P : Terakhir, Apa saran supaya layanan *PosAja!* dan *PosPay* bisa lebih baik ke depannya ?**
- I : Kalau bisa, aplikasinya ditingkatkan lagi, Mas. Tapi secara umum udah oke banget.**
- P : Baik, terima kasih banyak atas waktu dan kesediaannya. Semoga usahanya lancar terus ya.**
- I : Aamiin, makasih juga Mas. Semoga sukses skripsinya.**

TRANSKIP REKAMAN WAWANCARA

Informan 3

Nama : Mas Arif
Jabatan : Pemilik Usaha Snack Ringan
Tanggal/Waktu : 26 Juni 2025, pukul 14.30-15.00
Tempat : Kediaman

Keterangan :

Pewawancara : P

Informan : I

P : Selamat siang, Mas. Saya mohon izin untuk melakukan wawancara sebentar ya, terkait penggunaan layanan digital dari Pos Indonesia, yaitu *PosAja!* dan *PosPay*. Apakah Mas Arif bersedia ?

I : Oh iya Mas, nggak masalah. Saya juga memang pakai dua aplikasi itu, jadi insyaAllah bisa jawab.

P : Bisa diceritakan bagaimana awalnya Mas mulai menggunakan layanan digital *PosAja!* dan *PosPay* ?

I : Awalnya tuh saya cari alternatif pengiriman yang bisa dijemput ke rumah, soalnya tiap hari saya kirim snack ke customer dan reseller. Terus teman saya bilang coba aja *PosAja!*. Saya instal, eh ternyata bisa pickup langsung ke rumah. Kalau *PosPay* saya kenalnya dari petugas Pos juga, saya pakai buat bayar internet, listrik, sama kadang transfer.

P : Menurut Mas Arif, apakah layanan digital tersebut mudah diakses dan digunakan ?

I : Iya, mudah diakses, Mas. Dari HP aja bisa. Paling waktu awal install, ya butuh adaptasi. Tapi sekarang udah terbiasa. Cuma saya sarankan sinyalnya harus stabil biar lancar. Tapi secara umum user-friendly kok.

- P** : Apakah proses pengiriman atau pembayaran melalui layanan ini terasa lebih cepat dibanding datang langsung ke kantor pos ?
- I** : **Wah, jelas lebih cepat. Dulu saya harus bolak-balik ke kantor pos, kadang antri juga. Sekarang tinggal input order lewat *PosAja!*, besoknya kurir udah datang jemput. *PosPay* juga bikin saya nggak perlu keluar rumah buat bayar ini-itu.**
- P** : Apakah informasi seperti estimasi waktu, ongkos kirim, status pengiriman, atau tagihan mudah dipahami ?
- I** : **Ya, sudah cukup jelas. Kita bisa tahu berapa ongkir, kapan sampai, dan posisi barang. Kalau *PosPay* juga kelihatan detail, tinggal pilih layanan terus bayar, muncul bukti transaksinya.**
- P** : Apakah estimasi waktu pengiriman di aplikasi sesuai dengan kenyataan di lapangan ?
- I** : **Kebanyakan sih sesuai. Saya sering kirim ke Jepara, Tuban, Lamongan. Biasanya satu sampai dua hari. Paling jauh pernah ke Jakarta, itu tiga harian. Ya kadang molor sehari, tapi masih wajar menurut saya.**
- P** : Pernahkah Mas Arif menghubungi petugas untuk tanya soal keterlambatan atau kendala kiriman ?
- I** : **Pernah, Mas. Ada kiriman yang statusnya stuck, nggak gerak-gerak. Saya langsung WA petugas Pos. Alhamdulillah cepat ditanggapi. Mereka bantu cek di sistem dan kasih update. Jadi saya merasa aman, kiriman tetap terpantau.**
- P** : Apakah Mas Arif merasa puas dengan respons petugas ?
- I** : **Iya, saya puas. Petugasnya sigap, ramah, dan nggak ribet. Saya suka kalau komunikasi cepat kayak gitu. Kita jadi yakin kiriman nggak diabaikan.**
- P** : Secara keseluruhan, apakah Mas puas menggunakan aplikasi *PosAja!* dan *PosPay* ? Apa yang paling memengaruhi kepuasan Mas ?
- I** : **Sangat puas. Soalnya bisa hemat waktu dan tenaga. Bagi saya yang kerja dari rumah, semua bisa diatur dari HP. Kurir jemput, bayar**

tagihan bisa sambil ngemas barang. Yang paling ngaruh ya efisiensi kerja saya.

P : Apakah layanan digital ini membuat Mas Arif lebih nyaman dan lebih sering menggunakan layanan Pos Indonesia dibanding sebelumnya?

I : Iya, sekarang saya pakai *PosAja!* hampir setiap hari. Dulu kadang pilih ekspedisi lain karena Pos harus datang ke kantor. Tapi sekarang, dengan aplikasi, saya balik lagi pakai Pos karena lebih praktis.

P : Terakhir, Mas. Apa saran Mas supaya layanan *PosAja!* dan *PosPay* bisa lebih baik ?

I : Saran saya sih aplikasinya bisa ditingkatkan biar lebih ringan dan stabil, terutama buat HP yang RAM-nya kecil. Sama kalau bisa tracking-nya lebih real-time lagi. Tapi secara keseluruhan udah mantap lah.

P : Baik Mas Arif, terima kasih banyak atas waktu dan jawabannya ya. Semoga usahanya makin lancar.

I : Aamiin, terima kasih juga Mas. Semoga skripsinya cepat kelar.

TRANSKIP REKAMAN WAWANCARA

Informan 4

Nama : Pak Teguh
Jabatan : Kepala KCP Padangan
Tanggal/Waktu : 21 Juni 2025, pukul 14.30-15.00
Tempat : Kantor Pos Padangan

Keterangan :

Pewawancara : P

Informan : I

- P** : Sebelumnya terimakasih Pak atas kesediannya untuk wawancara ini. Saya izin bertanya beberapa hal terkait digitalisasi layanan, khususnya *PosAja!* dan *PosPay*, ya Pak ?
- I** : **Oh, monggo, silakan Mas, nggak apa-apa, saya jawab semampu saya ya.**
- P** : Pertama, sejak kapan Pak layanan digital *PosAja!* ini mulai diterapkan secara aktif di KCP Padangan ?
- I** : **Hmm... Kalau untuk *PosAja!* itu mulai aktif kita terapkan sekitar awal tahun 2021, Mas. Sebenarnya aplikasi ini sudah dikenalkan sejak 2020, tapi ya waktu itu belum semua cabang jalan maksimal. Nah, di Padangan ini baru mulai aktif kita kenalkan ke masyarakat sekitar 2021, apalagi pas pandemi itu kan semua serba digital.**
- P** : Kalau sosialisasinya bagaimana Pak ? Apakah ada edukasi khusus untuk pelanggan ?
- I** : **Iya, pasti. Kita dari kantor itu biasanya kasih penjelasan langsung kalau ada pelanggan datang. Jadi petugas frontliner itu sambil ngelayanin kiriman juga sekalian ngasih tahu ada aplikasi *PosAja!* Sekalian kita ajari cara pakainya. Selain itu kita juga aktif promosi**

lewat sosial media, seperti WhatsApp dan Instragam. Bahkan kurir juga bantu jelasin pas nganter barang.

P : Lalu menurut Bapak, aplikasi ini mudah atau tidak untuk diakses oleh masyarakat, terutama yang awam teknologi ?

I : Nah itu tantangan juga Mas. Kalau anak muda ya gampang, tinggal instal dari Play Store terus daftar. Tapi kalau yang gaptek, itu kadang bingung. Ya kita bantu, Mas, pelan-pelan kita ajarin, mulai dari download sampai ngisi data. Kadang mereka datang bawa HP, terus minta dibantu, dan itu kita layani.

P : Estimasi pengiriman yang dijanjikan di aplikasi itu seperti apa ya Pak? Apakah realisasinya sesuai ?

I Biasanya itu dua sampai tiga hari kerja kalau pakai layanan kilat khusus. Kalau tujuan dekat, kayak Bojonegoro atau Tuban, ya sehari bisa sampai. Realisasinya sejauh ini ya sesuai, cuma kadang ada aja keterlambatan karena hujan, banjir, atau jalan rusak. Tapi nggak sering.

P : Lalu menurut Bapak, informasi tarif, pelacakan, atau estimasi sampai itu sudah cukup jelas di aplikasi ?

I : Kalau menurut saya sudah lengkap, Mas. Di aplikasi itu kita bisa cek ongkir, bisa lihat estimasi waktu, terus ada tracking-nya juga.

P : Nah, keluhan seperti itu sering muncul ya Pak ? Keluhan apa saja yang paling sering disampaikan pelanggan soal layanan digital ?

I : Iya, yang paling sering itu soal aplikasi error, nggak bisa login, terus tracking nggak update. Ada juga yang komplain kenapa kirimannya belum sampai padahal katanya di aplikasi udah delivered. Kadang juga mereka tanya kenapa status kirimannya nggak berubah-ubah.

P : Kalau ada keluhan seperti itu, bagaimana respons dari petugas di kantor ini ?

I : Biasanya langsung kita bantu, Mas. Kalau soal pengiriman kita cek di sistem manual. Kalau error di aplikasi, kita sarankan buat hapus cache atau update aplikasinya. Kalau tetap nggak bisa, kita bantu

kirim laporan ke pusat. Kita sih berusaha supaya pelanggan tetap puas.

P : Menurut Bapak, sejauh ini apakah layanan digital *PosAja!* ini sudah memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan ?

I : Oh iya, jelas positif, Mas. Sekarang pelanggan nggak harus antre di kantor. Bisa order dari rumah, tracking sendiri, dan itu ngebantu banget. Apalagi untuk UMKM yang sering kirim barang. Mereka lebih senang karena fleksibel dan hemat waktu. Jadi bisa dibilang kepuasan pelanggan naik lah.

P : Kalau boleh tahu Pak, apa tantangan terbesar yang dihadapi dalam menjaga kualitas layanan digital ini ?

I : Tantangannya ya paling utama itu edukasi, Mas. Karena belum semua pelanggan paham pakai aplikasi. Dan juga, kalau sistem pusat lagi gangguan, kita juga terdampak di sini.

P : Kalau *PosPay* sendiri, sejak kapan mulai dimanfaatkan oleh masyarakat di sini Pak ?

I : *PosPay* itu sudah ada sebelum *PosAja!*, tapi mulai banyak digunakan pas pandemi, sekitar 2020. Waktu itu kan orang banyak di rumah, jadi butuh aplikasi buat bayar tagihan. Nah *PosPay* ini solusinya.

P : Fitur apa saja yang paling banyak digunakan masyarakat lewat *PosPay*?

I : Yang paling sering itu bayar listrik, PDAM, sama BPJS. Terus juga isi pulsa, bayar internet, dan kirim uang. Sekarang mulai banyak juga yang pakai buat top up e-wallet atau transfer ke VA (*Virtual Account*) buat belanja online.

P : Pelanggan ada kendala nggak Pak waktu menggunakan aplikasi *PosPay* ?

I : Ada sih, Mas. Kadang mereka lupa PIN, salah input nomor, atau nggak tahu cara daftar. Tapi kalau datang ke sini kita bantu langsung. Kalau masalah teknis seperti transaksi gagal, ya kita bantu konfirmasi ke pusat.

P : Keluhan yang sering muncul itu apa saja Pak ?

I : Paling sering itu pas servernya lambat, jadi pembayaran gagal. Terus

ada juga yang udah bayar tapi nggak langsung muncul notifikasi suksesnya. Tapi biasanya tinggal cek di riwayat transaksi, udah masuk kok.

P : Kalau menurut Bapak, apa dampak dari *PosPay* terhadap pelayanan keuangan masyarakat ?

I : Sangat berdampak, Mas. Banyak warga sini yang belum punya rekening bank. Dengan *PosPay*, mereka bisa transaksi secara digital tanpa harus ke bank. Jadi ini membantu masyarakat kecil, terutama di desa-desa, untuk bisa ikut dalam layanan keuangan digital.

P : Terakhir Pak, langkah apa yang akan dilakukan ke depan supaya layanan lebih optimal ?

I : Kita rutin evaluasi mingguan, lihat ada keluhan apa. Terus kita juga sampaikan usulan ke atasan, supaya aplikasinya diperbarui. Harapan kita nanti ada versi aplikasi yang lebih ringan, jadi HP jadul pun bisa. Dan mungkin bisa ditambah fitur bantuan langsung atau live chat.

P : Baik Pak, terima kasih banyak atas waktu dan jawabannya ya Pak.

I : Iya, sama-sama Mas. Semoga bisa membantu untuk skripsinya.

Lampiran 3

Dokumentasi Wawancara

Wawancara dengan Pak Teguh, 21 Juni 2025



Wawancara dengan Mbak Rini, 25 Juni 2025



Wawancara dengan Mas Arif, 26 Juni 2025



Wawancara dengan Mas Wahyu, 24 Juni 2025

Bojonegoro, 18 Agustus 2025

Nomor : 589/Umum/SDM/27/0825
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian

Kepada :
Ketua Program Studi Manajemen
STIE Cendekia Bojonegoro

Dengan hormat,

Menunjuk pada surat nomor : Q6.189/073.089/VI/2025 tanggal 16 Juni 2025 perihal Permohonan Ijin Penelitian mahasiswa STIE Cendekia Bojonegoro dengan data sebagai berikut :

No	Nama	Program Studi	NIM
1	Fardin Dwi Santoso	Manajemen	21010170

Bahwa PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Bojonegoro memberikan ijin kepada mahasiswa dengan data tersebut untuk melakukan penelitian di Kantor Cabang Pembantu Padangan untuk penyelesaian tugas akhir.

Demikian surat ijin ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Executive Manager




Febrian Dwi Setyanto
Nippos. 989419186

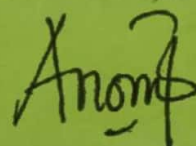
KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : FARDIN DWI SANTOSO
 NIM : 21010170
 Tahun Angkatan : 2021
 Jurusan/Prodi : Manajemen
 Semester : 8
 Judul Skripsi : Peran Digitalisasi Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Pos Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Padang
 Dosen Pembimbing : 1. Eka Adiputra, SE., MSM.
 2. Dr. Ari Kuntardina, ST., SE. MM.

REKOMENDASI

No.	Tanggal	Pembimbing 1	Paraf	Tanggal	Pembimbing 2	Paraf
1.	27/03/2025	ACC Judul		5/04/2025	Judul	
2.	20/4/2025	Bimbingan & Revisi proposal		28/04/2025	Bab 1-3	
3.	6/5/2025	ACC Seminar Proposal		28/04/2025	REVISI	
4.	21/7/2025	Bimbingan Skripsi		29/04/2025	ACC ujian	
5.	1/8/2025	ACC Skripsi		09/06/2025	Revisi setelah sempu	
6.						
7.				15/06/2025	ACC Panduan Wawancara	
8.				28/07/2025	Bab 4-5	
9.				01/08/2025	ACC Revisi Bab 4-5	
10.				01/08/2025	ACC ujian	
11.						
12.						
13.						
14.						
15.						
16.						
17.						
18.						

Bojonegoro, 5 Agustus 2025
 STIE Cendekia Bojonegoro
 Ka. Prodi Manajemen



Latifah Anom, SE, MM
 NUPTK. 4834751652230152