



Inovasi Pelayanan Melalui Aplikasi Pos Aja Sebagai Upaya Menjaga Daya Saing Jasa Pengiriman Barang di PT. Pos Indonesia

Isnadya Muharromah¹, Yusmedi Yusuf², Pri Utami³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang

Abstrak

Received: 15 Desember 2023
Revised: 29 Desember 2023
Accepted: 05 Januari 2024

Pos Indonesia Cabang Utama Kota Tangerang mengalami kemunduran karena kalah dalam persaingan ketat dengan perusahaan jasa pengiriman swasta. Selain persaingan jasa pengiriman barang, peneliti juga menemukan rendahnya pengguna aplikasi Pos Aja, jumlah keluhan dari pengguna aplikasi Pos Aja, dan jumlah data transaksi yang perubahannya tidak cukup besar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui inovasi serta faktor pendukung dan penghambat dalam inovasi layanan melalui aplikasi Pos Aja. Teknik penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik penentuan informan adalah dengan teknik purposive sampling dan metode triangulasi untuk menguji validitas dan reliabilitas. Konsep teoritis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Roggers (2003) dalam Hutagalung et al., (2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi aplikasi Pos Aja melalui indikator relative advantage, compatibility, complexity, triability, dan observability telah berhasil menjawab tantangan dengan faktor pendukung visi dan misi perusahaan, persaingan yang ketat, perkembangan teknologi, dan perubahan status perusahaan sebagai upaya menjaga daya saing jasa pelayanan. Namun, inovasi tersebut belum mampu menjawab tantangan organisasi terkait kualitas dan kuantitas sumber daya manusia, sosialisasi dan promosi, serta kinerja aplikasi Pos Aja.

Keywords: *Inovasi, Aplikasi Pos Aja, Daya Saing*

(*) Corresponding Author: Isnadyamuharromah@gmail.com

How to Cite: 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. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10491387>.

PENDAHULUAN

Pelayanan publik yang sering terjadi di Indonesia menjadi isu kebijakan yang semakin penting karena penyedia layanan belumlah memuaskan masyarakat. Akibatnya, sektor publik dituntut untuk melakukan inovasi guna memenuhi tuntutan kebutuhan masyarakat tersebut sebagai akibat dari semakin rumitnya harapan masyarakat terhadap pelayanan publik (Mayangsari et al., 2018).

Inovasi menurut Kusmana (2010), yang merupakan suatu hasil penciptaan sesuatu yang dianggap baru yang dimaksudkan untuk mengatasi masalah, baik berupa ide, barang, kejadian, metode dan sebagainya yang dilakukan oleh seseorang ataupun kelompok Setijaningrum (2017:1). Inovasi di sektor publik tidak biasa dilakukan seperti di sektor swasta. Organisasi sektor publik diyakini menghadapi lebih sedikit kesulitan karena mereka beroperasi di lingkungan tanpa persaingan dan bahkan tidak merasa bertanggung jawab atas kelangsungan hidup mereka. Mengingat keadaan ini, sangatlah logis jika sektor publik memiliki gagasan yang

kurang berkembang tentang inovasi. Di sektor publik, inovasi sangat penting untuk memecahkan kebuntuan dan kejenuhan organisasi (Muluk, 2008:42).

Sektor publik harus melakukan inovasi telah dijelaskan dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Tentang Kompetisi Inovasi Pelayanan Publik Di Lingkungan Kementrian/Lembaga, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara, Dan Badan Usaha Milik Daerah Nomor 7 Tahun 2021. Berdasarkan Pasal 93 ayat (1) dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara, sejak 2 (dua) tahun Undang-Undang berlaku ada 2 (dua) bentuk Badan Usaha Milik Negara, yaitu (Perum) Perusahaan Umum dan (Persero) Perusahaan Perorangan.

Salah satu BUMN tertua yang bergerak dibidang jasa layanan pengiriman barang yang tersebar sampai pelosok tanah air adalah Pos Indonesia yang beralih dengan bentuk Perusahaan Perseorangan (Persero) agar dapat melayani masyarakat dengan lebih baik dan mampu menghadapi perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif. Munculnya *e-commerce* yang akan terus berkembang dari tahun ke tahun menjadi bukti kuat bahwa transaksi digital di Indonesia semakin meningkat. Penyediaan layanan pengiriman jelas merasakan dampak dari situasi tersebut dalam beberapa tahun terakhir (Wahyuningsih, 2013).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Valentyna & Tua (2016) dengan judul Inovasi Pelayanan PT. Pos Indonesia Dalam Menghadapi Persaingan Jasa Pengiriman Uang (Studi Kasus PT. Pos Indonesia Di Pekanbaru) PT. Pos Indonesia Pekanbaru dalam mempromosikan inovasi produknya yang menarik, sehingga dapat membuat masyarakat mengetahui produk, dan membuat masyarakat ingin menggunakan produk tersebut. Pos Indonesia Pekanbaru kesulitan menganalisis produk baru yang ditawarkan pesaing ke pasar umum dan tidak dapat memanfaatkan kemampuannya secara efektif dan memanfaatkan peluangnya. Penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh Maysara & Asari (2021) yang berjudul Inovasi Pelayanan Publik Melalui Sistem Aplikasi Potensi Investasi (SIAPI) Di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Dumai, dalam inovasi layanan aplikasi SIAPI, seperti fitur yang disediakan belum sesuai dengan permintaan pengguna atau masih mengharuskan pengguna untuk melakukan tugas administrasi secara manual, sehingga identik dengan sistem tradisional yang ada. sebelum aplikasi SIAPI. Selain itu, pelanggan dapat kesulitan menggunakan aplikasi SIAPI karena sulit ditemukan di *Play Store*.

Permintaan konsumen yang semakin meningkat, baik masyarakat umum maupun perusahaan sangat membutuhkan layanan jasa pengiriman yang mempunyai kemudahan akses menerima dan mengirim produk menjadi alasan utama mengapa masyarakat selalu menginginkan jasa pengiriman barang (Oktabriyanti et al., 2020). Hal tersebut sesuai dengan ketentuan berlakunya Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos yang menegaskan bahwa kegiatan pos berupa pelayanan lalu lintas surat dan barang, komunikasi surat tertulis dan/atau surat elektronik, paket, logistik, layanan keagenan, dan transaksi keuangan.

Meningkatnya jumlah masyarakat yang melakukan bisnis *online* membuat persaingan perusahaan jasa pengiriman barang semakin ketat. Dalam persaingan, antara perusahaan satu dengan perusahaan jasa pengiriman barang yang lain berlomba-lomba menawarkan keunggulan pelayanannya yang dimiliki masing-

masing perusahaan (Randa et al., 2019). Tantangan yang dirasakan adalah bagaimana merebut serta mempertahankan pelanggan agar memilih dan setia untuk menggunakan jasa pengiriman mereka yaitu dengan melakukan inovasi.

Dalam menjaga daya saing dan juga ketertinggalannya, PT. Pos Indonesia meluncurkan sebuah inovasi berbasis *smartphone* yang memungkinkan pelanggan merasakan kenyamanan dan kecepatan layanan di masa mendatang. Salah satunya melalui Aplikasi Pos Aja untuk memudahkan masyarakat dan mendukung UMKM maupun Pelaku bisnis *online* (Pebisol) dalam kirim barang yang kini tersedia melalui *Play Store* dan *App Store* (Rayakan, 2021).

Aplikasi Pos Aja sudah bisa diakses di seluruh Kantor Pos Indonesia termasuk di Kota Tangerang. Salah satunya adalah Kantor Cabang Utama (KCU) Kota Tangerang yang berada di tempat sangat strategis di Jalan Raya Daan Mogot, Kota Tangerang. Tentunya bukan hanya Kantor Cabang Utama (KCU) Kota Tangerang saja yang berinovasi dengan meluncurkan aplikasi jasa pengiriman tetapi hal tersebut juga dilakukan oleh jasa pengiriman barang swasta yang berada di sekitarnya. Berikut data pengguna yang aplikasi jasa pengiriman barang dari *Play Store*:

Tabel 1 Pengguna Aplikasi Jasa Pengiriman Barang

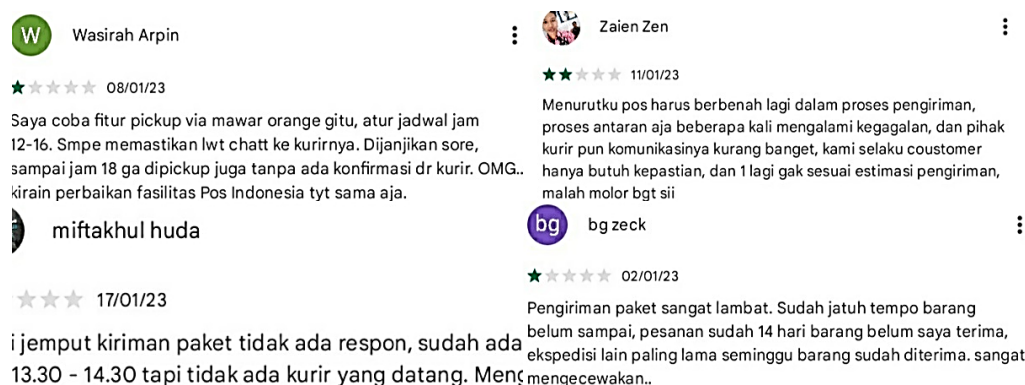
Jasa Pengiriman Barang	Pengguna (2022)
	<i>Play Store</i>
J&T Express	10.000.000+
My JNE	5.000.000+
Anteraja	1.000.000+
SiCepat <i>For Business</i>	1.000.000+
Pos Aja	500.000+

(Sumber: Play Store, 2023)

Berdasarkan data tabel di atas, Pos Indonesia belum menjadi aplikasi layanan utama bagi pengguna untuk jasa pengiriman barang. Terdata bahwa aplikasi jasa pengiriman swasta menempati peringkat di atas Pos Indonesia. Terlebih lagi aplikasi Anteraja yang baru diresmikan pada tahun yang bersamaan dengan aplikasi Pos Aja yaitu 2020 sudah dapat menyaingi Pos Indonesia, dimana di tahun 2022 aplikasi Pos Aja hanya menempati posisi ke-5 (lima) yaitu sebanyak 500.000 lebih pengguna baik pengguna dari *Play Store*.

Fenomena lainnya selain kurangnya familiar aplikasi Pos Aja di masyarakat adalah banyaknya keluhan dari pengguna aplikasi Pos Aja. Seperti yang peneliti dapatkan melalui beberapa ulasan terbaru pada aplikasi Pos Aja. Berikut ulasan yang masuk melalui aplikasi Pos Aja:

Gambar 1 Ulasan Keluhan Pengiriman Barang



(Sumber: Aplikasi Pos Aja, 2023)

Berdasarkan ulasan pada gambar di atas, keluhan dari para pengguna aplikasi Pos Aja mulai dari bahasa dalam aplikasi yang tidak mudah dimengerti, dan ketidaksesuaian jadwal *pick up* barang maupun sampainya (estimasi) barang yang tidak ditanggapi oleh *O-ranger* selaku kurir aplikasi Pos Aja. Hal tersebut menunjukkan bahwa layanan pada aplikasi Pos Aja belum dapat dikatakan optimal.

Melalui data tabel 1 dan gambar 1 di atas menunjukkan bahwa pengguna aplikasi jasa pengiriman barang sangat selektif dalam memilih aplikasi yang memudahkan sesuai kebutuhan pengiriman barang. Jumlah pengguna dan ulasan dari para pengguna sangat mempengaruhi hasil transaksi yang masuk pada aplikasi Pos Aja di Kantor Pos Cabang Utama Kota Tangerang. Berikut data transaksi pada aplikasi Pos Aja di tahun 2022:

Tabel 2 Data Transaksi Aplikasi Pos Aja

Bulan-Tahun	Jenis Transaksi			
	Pos Instan Plus	Pos Instan	Pos Express	Pos Kilat Khusus
Sep-21	43	38	53	41
Oct-21	47	59	71	73
Nov-21	40	42	94	98
Dec-21	63	45	103	116
Jan-22	51	65	87	107
Feb-22	48	89	109	101
Mar-22	74	75	98	115
Apr-22	87	83	105	106

(Sumber: KCU Kota Tangerang, 2023)

Berdasarkan tabel data transaksi di atas menunjukkan bahwa KCU Kota Tangerang mengalami penurunan pada setiap jenis transaksinya. Hal tersebut dapat menjadi indikasi bahwa KCU Kota Tangerang untuk memperbaiki aplikasi Pos Aja dan lebih gencar promosikannya agar menjadi pilihan utama bagi pelanggan.

Berdasarkan uraian dan fenomena yang dipaparkan tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai inovasi aplikasi Pos Aja dan faktor pendukung serta penghambat inovasi aplikasi Pos Aja dengan penelitian yang berjudul Inovasi Pelayanan Melalui Aplikasi Pos Aja Sebagai Upaya Menjaga Daya

Saing jasa pengiriman Barang Di PT. Pos Indonesia (Studi Kasus Kantor Cabang Utama Kota Tangerang).

METODE

Dalam penelitian ini metode yang digunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Menurut Sugiyono (2013:59) penelitian yang menggunakan tipe deskriptif ialah penelitian menjelaskan, memaparkan, atau menggambarkan hal yang sedang diteliti sebagai apa adanya, dengan mempertimbangkan kondisi dan situasi pada saat penelitian dilakukan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini merujuk pendapat Sugiyono (2013:63) dalam penelitian kualitatif, observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan para informan yaitu Manajer Penjualan Ritel dan Kemitraan, Koordinator *O-ranger*, *O-ranger* (kurir aplikasi Pos Aja), dan 7 pengguna aplikasi Pos Aja. Dalam uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini digunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2017:330). Metode analisis data penelitian ini didasarkan pada gagasan yang dikemukakan oleh Milles & Huberman (1984) yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Sugiyono, 2013:337).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam memudahkan pembahasan, penelitian ini menggunakan pendekatan teori atribut inovasi yang dikutip dari M. Roggers (2003) untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Terdapat 5 (lima) atribut inovasi yang setidaknya harus terpenuhi oleh Kantor Pos Cabang Utama Kota Tangerang pada inovasi aplikasi Pos Aja, yaitu: *relative advantage* (keuntungan relatif), *compatibility* (kesesuaian), *complexity* (kerumitan), *trialability* (kemungkinan dicoba), dan *observability* (kemudahan diamati).

1. *Relative Advantage* (Keuntungan Relatif)

Inovasi aplikasi Pos Aja di KCU Kota Tangerang telah membawa banyak keuntungan bagi pelanggan. Aplikasi ini telah berhasil menyediakan fitur-fitur yang memudahkan proses pengiriman barang, seperti penyimpanan alamat pengiriman yang sering digunakan, penjemputan barang, pilihan waktu dan tempat pengambilan barang, serta pilihan kurir *O-ranger* sesuai preferensi pelanggan. Selain itu, keuntungan lainnya terletak pada pilihan metode pembayaran, termasuk *Cash On Delivery* (COD) dan non-COD yang terhubung dengan produk *PosPay*, memberikan fleksibilitas kepada pelanggan dalam memilih cara pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Nilai baru dari inovasi Pos Aja terlihat pada penambahan layanan pengiriman seperti Pos Instan *Plus*, Pos Instan, Pos *Express*, dan Pos Kilat Khusus, menunjukkan upaya Pos Indonesia untuk meningkatkan standar layanan mereka. Meskipun demikian, penelitian menunjukkan bahwa citra Pos di mata masyarakat masih tertinggal dari para pesaingnya, menyebabkan ketidaktahuan pengguna tentang inovasi Pos Aja dibandingkan dengan inovasi sebelumnya, *Qposin*.

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara, inovasi aplikasi Pos Aja di KCU Kota Tangerang telah dinilai cukup baik. Aplikasi ini berhasil memberikan keuntungan utama berupa penghematan waktu dan tenaga bagi pelanggan dengan

menyediakan fitur-fitur seperti penyimpanan alamat pengiriman yang sering digunakan, penjemputan barang, pilihan waktu dan tempat pengambilan barang, serta pilihan kurir sesuai jenis kelamin. Selain itu, pelanggan juga diberikan pilihan metode pembayaran yang fleksibel melalui *PosPay*, baik COD maupun non-COD. Nilai baru dari inovasi ini terlihat dari penambahan layanan pengiriman, seperti Pos Instan *Plus*, Pos Instan, Pos *Express*, dan Pos Kilat Khusus, yang menunjukkan upaya Pos Indonesia untuk meningkatkan kualitas layanan mereka. Namun, meskipun aplikasi Meskipun ada kerumitan pada proses registrasi awal, terutama dalam pembuatan akun rekening *PosPay*, KCU Kota Tangerang telah menyediakan solusi dengan memberikan layanan bagi calon pengguna yang kesulitan registrasi di Kantor Pos terdekat. Setelah melewati tahap registrasi tersebut, pengguna menganggap proses pengiriman dengan aplikasi Pos Aja menjadi lebih mudah dengan mengikuti petunjuk arahnya. Dengan demikian, inovasi aplikasi Pos Aja di KCU Kota Tangerang dinilai berhasil menghadirkan kemudahan bagi pelanggan setelah mengatasi beberapa kerumitan awalnya.

2. *Compability* (Kesesuain)

Inovasi aplikasi Pos Aja di KCU Kota Tangerang dinilai cukup baik berdasarkan hasil penelitian dan wawancara. Aplikasi ini berhasil menyajikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dalam pengiriman barang yang cepat, simpel, dan dapat disesuaikan dengan jadwal kesibukan mereka. Dengan tren penjualan *online* yang semakin berkembang, kebutuhan akan pengiriman yang efisien dan sesuai dengan preferensi pelanggan sangat relevan. Penyediaan fleksibilitas dalam jadwal pengiriman dan metode pembayaran cash on delivery juga menjadi poin penting yang disukai oleh para pengguna aplikasi Pos Aja. Meskipun aplikasi ini memiliki potensi sebagai terobosan baru dalam industri pengiriman, diperlukan lebih banyak promosi dan strategi pengembangan agar Pos Aja dapat bersaing dengan pesaingnya yang menawarkan diskon dan penawaran menarik kepada pelanggan.

Dalam rangka meningkatkan popularitas dan daya saing aplikasi Pos Aja, perlu dilakukan lebih banyak upaya promosi dan strategi pengembangan. Meskipun inovasi ini telah sesuai dengan kebutuhan pelanggan, kompetitor yang menawarkan penawaran menarik dan diskon memiliki keunggulan lebih dalam memikat pelanggan. Sebagai institusi pertama yang membuka pengiriman ke seluruh Indonesia, Pos Indonesia memiliki potensi untuk menjadi pilihan utama dalam industri pengiriman. Namun, untuk mencapai hal tersebut, perlu adanya upaya lebih lanjut dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang aplikasi Pos Aja dan menyusun strategi agar aplikasi ini dapat bersaing secara efektif dengan pesaingnya. Dengan langkah-langkah yang tepat, Pos Aja dapat menjadi terobosan yang signifikan dalam dunia pengiriman barang di Indonesia.

3. *Complexity* (Kerumitan)

Inovasi aplikasi Pos Aja di KCU Kota Tangerang dianggap menantang karena sifatnya yang baru dibandingkan dengan inovasi sebelumnya. Namun, penelitian menunjukkan bahwa pengaplikasian inovasi ini tidak menimbulkan masalah besar karena memberikan cara yang lebih simpel dan *user-friendly* bagi pelanggan. Meskipun ada kerumitan pada proses registrasi awal, terutama dalam pembuatan akun rekening *PosPay*, KCU Kota Tangerang telah menyediakan solusi dengan memberikan layanan bagi calon pengguna yang kesulitan registrasi di

Kantor Pos terdekat. Setelah melewati tahap registrasi tersebut, pengguna menganggap proses pengiriman dengan aplikasi Pos Aja menjadi lebih mudah dengan mengikuti petunjuk arahnya. Dengan demikian, inovasi aplikasi Pos Aja di KCU Kota Tangerang dinilai berhasil menghadirkan kemudahan bagi pelanggan setelah mengatasi beberapa kerumitan awalnya.

4. Triability (Kemungkinan dicoba)

Inovasi aplikasi Pos Aja di KCU Kota Tangerang telah diuji publik melalui sosialisasi dan promosi di kelurahan, kecamatan, dan saat kegiatan program penyaluran bantuan sosial. Meskipun respons masyarakat umumnya positif, hasil penelitian dan wawancara menunjukkan bahwa penerimaan inovasi ini masih perlu ditingkatkan. Terdapat kekurangan dalam pengenalan aplikasi Pos Aja, dan sebagian masyarakat masih belum mengetahui tentang aplikasi ini. Promosi untuk aplikasi Pos Aja dianggap masih kurang dan perlu diperluas agar lebih banyak masyarakat yang mengetahuinya. Kendala lainnya adalah upaya untuk mengubah persepsi masyarakat terhadap layanan Pos yang sebelumnya dianggap tertinggal dibandingkan dengan jasa pengiriman swasta. Tim Pos Aja berusaha memperbaiki persepsi tersebut dengan menjelaskan manfaat dan kemudahan penggunaan aplikasi ini serta mempromosikan kerja sama dengan UMKM dan pedagang *online* untuk membangkitkan kembali kepercayaan masyarakat terhadap layanan pengiriman Pos. Meskipun demikian, hingga saat ini belum ada perkembangan signifikan dari kerja sama tersebut, sehingga diperlukan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan penerimaan inovasi aplikasi Pos Aja di masyarakat.

5. Observability (Kemudahan diamati)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dalam penggunaan inovasi aplikasi Pos Aja di KCU Kota Tangerang belum mencapai tingkat yang memuaskan, meskipun aplikasi ini telah mendapat rating ulasan yang tinggi di Play Store (4.8). Meskipun rating tinggi seharusnya menjadi daya tarik bagi pengguna baru, jumlah pengguna aplikasi Pos Aja masih paling sedikit dibandingkan dengan aplikasi pengiriman barang pesaing. Kritik dan masukan dari pengguna juga menyoroti beberapa masalah, seperti layanan *pick-up* yang tidak sesuai dengan jadwal, ketidakhadiran tarif ongkos kirim, dan kurangnya kurir Pos Aja untuk pengambilan barang. Selain itu, sistem notifikasi aplikasi juga sering mengalami masalah, menyebabkan beberapa pesanan tidak terdeteksi oleh pengguna dan dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan serta penundaan dalam pengiriman pesanan.

Meskipun aplikasi Pos Aja telah mendapat rating ulasan tinggi, perlu ada upaya lebih lanjut untuk memperbaiki masalah-masalah yang diidentifikasi oleh pengguna. Pengembang atau penyedia aplikasi harus mempertimbangkan masukan kritik dari pengguna sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas aplikasi. Solusi seperti memperbaiki layanan *pick-up*, memperbaiki sistem notifikasi, dan meningkatkan efisiensi proses pemesanan perlu diimplementasikan untuk meningkatkan kemudahan dan kepuasan pengguna aplikasi Pos Aja.

6. Faktor Pendukung dan Penghambat Inovasi Aplikasi Pos Aja

Faktor pendukung dalam inovasi pelayanan melalui aplikasi Pos Aja sebagai upaya menjaga daya saing jasa pengiriman barang di Kantor Pos Cabang Utama Kota Tangerang, yaitu, visi misi Kantor Cabang Utama Kota Tangerang yang menetapkan arah perusahaan untuk menjadi penyedia jasa kurir yang paling

kompetitif dan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar; Persaingan dalam industri jasa pengiriman barang, baik domestik maupun internasional yang semakin ketat. Untuk tetap bersaing, Kantor Cabang Utama Kota Tangerang menghadirkan inovasi melalui aplikasi Pos Aja; Kemajuan teknologi yang pesat dan perubahan zaman mendorong Kantor Cabang Utama Kota Tangerang untuk menyesuaikan produknya dengan permintaan pasar, agar dapat bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif; Perubahan lingkungan bisnis, terutama perubahan status perusahaan dari Perum menjadi Persero, memberikan keleluasaan bagi Kantor Cabang Utama Kota Tangerang untuk fokus pada mencari keuntungan dan meningkatkan nilai perusahaan; dan Gaya hidup masyarakat yang berubah seiring perkembangan teknologi. Masyarakat menginginkan pengiriman barang yang cepat dan mudah dalam aktivitas belanja *online* yang semakin meningkat.

Berikutnya faktor penghambat dalam inovasi pelayanan melalui aplikasi Pos Aja sebagai upaya menjaga daya saing jasa pengiriman barang di Kantor Pos Cabang Utama Kota Tangerang, yaitu kurangnya antisipasi terhadap perubahan model bisnis dalam industri jasa pengiriman barang, yang mengakibatkan kurangnya daya saing dengan kompetitor yang telah lebih dulu melakukan inovasi; Hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan, yang telah menjadi mindset dalam menggunakan jasa pengiriman di Kantor Cabang Utama Kota Tangerang. Hal ini membuat jasa pengiriman Pos Aja bukan pilihan utama bagi pengguna; Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) di Kantor Cabang Utama Kota Tangerang, terutama di bagian *O-ranger* (kurir) untuk aplikasi Pos Aja, yang mengakibatkan kendala dalam penjemputan barang dan kurangnya tanggapannya pegawai dalam menanggapi keluhan pengguna Aplikasi Pos Aja; Sistem aplikasi Pos Aja yang masih kurang efektif dari segi waktu dalam melakukan order, seperti pengguna tidak dapat mengecek tarif ongkos kirim, proses masuk aplikasi Pos Aja yang melibatkan 3 tahap sehingga memakan waktu dalam pengiriman, dan kurir tidak dapat notifikasi jika ada pesanan; Kurangnya sosialisasi dan promosi untuk memperkenalkan aplikasi Pos Aja, sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang inovasi ini; dan terbatasnya fasilitas yang dipilih untuk aktivitas sosialisasi, sehingga tidak dapat mencakup semua anggota UMKM masyarakat per Kelurahan atau Kecamatan di Kota Tangerang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta indikator-indikator teori yang peneliti gunakan sebagai acuan dalam penelitian ini, maka peneliti menyimpulkan bahwa Aplikasi Pos Aja memiliki potensi menguntungkan karena efisiensi pengiriman barang dan kemudahan pembayaran. Namun, kurangnya informasi dari Pos Indonesia membuat sebagian pengguna tidak menyadari perbedaannya dengan aplikasi sebelumnya. Meskipun menghadapi kendala awal seperti proses registrasi yang rumit, solusi telah diberikan oleh KCU Kota Tangerang. Setelah melewati tahap registrasi, pengguna merasakan kemudahan dalam pengiriman dengan aplikasi ini. Namun, perlu upaya lebih lanjut dalam meningkatkan pemahaman masyarakat dan membangkitkan kepercayaan terhadap layanan pengiriman Pos. Meskipun mendapatkan rating ulasan tinggi, masih terdapat kendala seperti jadwal *pick up* yang tidak terlaksana dan sistem notifikasi

yang kurang berfungsi. Untuk meningkatkan penggunaan aplikasi Pos Aja dan mengubah persepsi masyarakat tentang Pos Indonesia, perlu dilakukan sosialisasi dan promosi berkelanjutan di media sosial, merekrut dan melatih kurir Pos Aja, menyediakan fasilitas yang luas untuk UMKM, dan melakukan perbaikan dalam performa aplikasi. Dengan langkah-langkah ini, aplikasi Pos Aja dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dan bersaing dengan perusahaan swasta.

DAFTAR PUSTAKA

- Hutagalung, S. S., & Hermawan, D. (2018). *Membangun Inovasi Pemerintahan Daerah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mayangsari, P. I., Soeaidy, M. S., & Prasetyo, W. Y. (2018). Inovasi PT. Pos Indonesia Dalam Menjaga Eksistensi Dan Daya Saing Pelayanan Publik (Studi Pada PT. Pos Indonesia Sidoarjo 62100). *Administrasi Publik (JAP)*, 1(2), 248–256.
- Maysara, & Asari, H. (2021). Inovasi Pelayanan Publik melalui Sistem Aplikasi Potensi Investasi (Siapi) di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Dumai. *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 3(September), 215–226. <https://doi.org/10.24036/jmiap.v3i3.290>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muluk, K. (2008). *Knowledge Management Kunci Sukses Inovasi Pemerintahan Daerah*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Oktabriyanti, A., Rusli, Z., & Yuliani, F. (2020). Inovasi Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Pada PT. Pos Indonesia. *Jurnal Sumber Daya*, 1(1), 19–26. Retrieved from <https://jsdmu.ejournal.unri.ac.id/index.php/JSDMU/article/view/7>
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi tentang Kompetisi Inovasi Pelayanan Publik Di Lingkungan Kementrian/Lembaga, Pemerintah daerah, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah Nomor 7 Tahun 2021.*
- Randa, M., & Dewi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Inovasi Layanan PT. Pos Indonesia Sebagai Upaya Menjaga Eksistensi Di I Era Persaingan Global (Studi Kantor Pos Padang). *Osfpreprints*, 1–16. <https://doi.org/10.31219/osf.io/ds38m>
- Rayakan. (2021). Rayakan 275 Tahun, Pos Indonesia Kenalkan Pospay dan Pos Aja! Retrieved January 15, 2023, from Tempo website: <https://nasional.tempo.co/read/1499521/rayakan-275-tahun-pos-indonesia-kenalkan-pospay-dan-pos-aja>
- Setijaningrum, E. (2017). *Inovasi Kebijakan Pelayanan Publik: Best Practice di Indonesia*. Surabaya: Airlangga University Press (AUP).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara.*
- Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos.*
- Valentyna, C., & Tua, H. (2016). Inovasi Pelayanan PT. Pos Indonesia Dalam Menghadapi Persaingan Jasa Pengiriman Uang (Studi Kasus PT. Pos

Indonesia di Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(2), 1–15.

Wahyuningsih, S. (2013). Pengembangan Layanan Jasa Pengiriman PT. Pos Indonesia Untuk Kebutuhan Masyarakat Di Kota Bandung. *Penelitian Pos Dan Informatika*, 3(1), 19–49.