

# STUDI PEMANFAATAN LAYANAN POSPAY PADA MASYARAKAT DI KOTA MATARAM

■ **Atjih Ratnawati & Anton Susanto**

Peneliti Madya & Calon Peneliti  
Puslitbang Penyelenggaraan Pos dan Informatika  
Telp. 021-3846189

---

## Abstrak

*PT Pos Indonesia sebagai salah satu penyelenggara jasa layanan pos, telah beralih dari pelayanan pos secara manual ke sistem digital berbasis komputerisasi dan internet. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif untuk mengetahui sejauh mana manfaat layanan pospay dan kualitas layanannya yang diberikan PT Pos Mataram kepada masyarakat pengguna pos di kota Mataram. Metode Penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan kuantitatif menggunakan metode survei dengan sampel populasi masyarakat pengguna layanan pospay yang ada di kantor pos Kota Mataram. Hasil penelitian tentang Studi Pemanfaatan Layanan Pospay Pada Masyarakat di Kota Mataram menunjukkan bahwa layanan pospay yang diberikan PT Pos bermanfaat bagi masyarakat. Masyarakat merasa aman mengadakan transaksi di kantor pos, layanan pospay digunakan untuk pembayaran baik angsuran kredit kendaraan atau rumah, pembayaran listrik, air minum (PDAM), pajak, telepon, pensiun, pembelian tiket pesawat ataupun kereta api melalui kantor pos dengan kualitas yang diberikan PT Pos. Kepercayaan masyarakat terhadap PT pos mulai meningkat.*

**Kata Kunci : Layanan Tik dan kualitas.**

## Abstract

*PT Pos Indonesia as one of the organizers of the postal services, have shift from manual to digital systems and Internet-based computing. This research is a descriptive study to determine the extent of the benefits pospay services and service quality provided by PT Pos Mataram to the user community in the city of Mataram post. The research method used is quantitative approach using a survey with a sample of the user population pospay existing services at the post office Mataram. The results of the study Pospay Community Services Utilization in Mataram indicates that the service provided by PT Pos pospay beneficial to society. People feel safe conduct transactions at post offices, service pospay used to pay either a vehicle or home loan installments, payment of electricity, drinking water (PDAM), taxes, telephone, retirement, buying plane or train tickets through the post office with the quality of the given PT Post. Public confidence in the CF postal increases.*

**Keyword: TIK service and quality**

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang

PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan salah satu badan usaha milik negara yang diberi tugas oleh pemerintah Indonesia menyelenggarakan usaha perposan atau persuratan untuk umum dalam negeri dan luar negeri, tugasnya disamping memberikan jasa pos kepada masyarakat juga memberikan fasilitas pos yang lain di Indonesia, sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat banyak. Dengan bergulirnya Undang-undang No. 38/2009 tentang pos, membuka peluang bisnis jasa perposan bagi perusahaan swasta, yang semula menurut Undang-undang No 6/1984 dan SE No. 01/SE/M/KOMINFO/1/2007 bahwa penyelenggaraan pos dilaksanakan hanya oleh PT Pos dan bersifat *entry barrier* maka pada bab III pasal 4 Undang-undang No 38/2009 bahwa penyelenggaraan pos dilakukan oleh badan usaha yang berbadan hukum, seperti BUMN, BUM Daerah, Badan Usaha milik Swasta dan Koperasi.

Dengan adanya perubahan di bidang industri pos tersebut, dan ditandai oleh maraknya industri-industri yang menawarkan serta memasarkan sarana jasa pengiriman, banyak produk PT. Pos yang dikeluarkan tetapi tidak mencapai tujuan perusahaan karena tidak mampu bersaing dengan perusahaan lain seperti halnya bisnis komunikasi surat menyurat telah disaingi oleh sms, email, jasa pengiriman telah dilakukan oleh TIKI, JNE, DHL, Fed-Ex, LTH, jasa pengiriman uang wesel bisa dengan fasilitas ATM perbankan, sehingga PT Pos mengalami kerugian yang tidak sedikit. Untuk memelihara kepercayaan masyarakat terhadap PT Pos, maka PT Pos berupaya untuk peningkatan kinerja serta mengoptimalkan kualitas pelayanan yang baik agar tidak ada kemerosotan kualitas dalam layanannya yang selama ini dilakukan. Salah satu upaya yang efektif untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam bidang pos adalah melalui upaya pemanfaatan teknologi informasi. Dalam pemanfaatan teknologi telah bermitra dengan penyelenggara telekomunikasi yang memiliki jaringan yang luas seperti PT. Telkomsel, PT. Indosat dengan maksud jaringan yang luas tersebut dapat terhubung secara *online* pada kantor-kantor pos berupa jaringan dalam bentuk perangkat server dan selanjutnya secara internal ke dalam kantor pos dengan jaringan tersendiri

dengan menyediakan beberapa perangkat komputer. Adapun upaya-upaya yang telah dikembangkan oleh PT Pos dalam pemanfaatan teknologi guna meningkatkan kualitas layanannya adalah pengembangan produk-produk yang berbasis teknologi informasi.

Fungsi teknologi informasi di dalam suatu perusahaan secara dominan adalah sebagai *cost center*. Hal tersebut merupakan suatu yang wajar bila kita perhatikan dari perkembangan teknologi informasi suatu perusahaan adalah untuk menggantikan proses manual menjadi otomatisasi dengan tujuan efisiensi dan efektivitas. Sedangkan kegunaan teknologi informasi di perusahaan adalah untuk menekan biaya produksi sehingga berdampak pada penurunan biaya total yang harus dikeluarkan yang secara langsung akan meningkatkan laba bagi perusahaan. Penggunaan teknologi baik langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi terhadap strategi penentuan harga suatu produk atau jasa (Hastha Dewa Putranta, 2004 : 11).

Demikian halnya yang terjadi di bisnis pos. Peran teknologi informasi sangat dominan dalam menjalankan bisnis dan menjaga kelangsungan bisnis pos. Untuk itu teknologi informasi mempunyai peran dalam strategi bisnis perusahaan. Teknologi informasi ini dimanfaatkan untuk layanan pos, dalam membantu pengembangan inovasi produk seperti kiriman remittance (kiriman uang), yang dapat dicapai dalam hitungan menit, pembayaran keuangan yang berjejaring SOPP (*Sistem Online Payment Point*). Kiriman mail (surat) dikembangkan dalam bentuk Hybrid Mail sehingga tidak perlu adanya proses *delivery* dari *point to point*.

Salah satu inovasi produk berbasis TI adalah layanan pembayaran keuangan yang berjejaring SOPP yaitu suatu jaringan yang bersifat online antara PT Pos dengan mitra kerja PT Pos dalam hal kerja sama layanan pembayaran tagihan seperti dengan lembaga keuangan, PLN, PT Telkom, PDAM dll. dan layanan tersebut dikenal dengan layanan pospay.

Menurut PT Pos Indonesia (Persero) dalam bukunya Petunjuk Pelaksanaan Layanan SOPP Pos bahwa "Pengertian Sistem Online Payment Point Pos (SOPP) Pos adalah layanan pembayaran

secara *online* untuk melakukan pembayaran rekening/tagihan mitra kerja PT Pos Indonesia."

Dan M Guy, C. Wayne Aderman, Alan J Winters pengertian sistem *online payment point* yaitu "sistem yang memproses data dengan mengumpulkan data masukan secara langsung dari pemilik ke data dan mengirimkan keluaran langsung pada pemilik data tanpa melalui proses orang lain."

Adapun pemanfaatan layanan yang memakai jaringan SOPP pospay antara lain digunakan untuk pembayaran angsuran kendaraan, pembayaran rekening listrik, air, telepon, pajak, dll. Pemanfaatan Layanan pospay ini tentunya bermanfaat bagi masyarakat khususnya masyarakat Mataram karena PT Pos melalui pospay memberi kemudahan dalam pembayaran secara *online* sehingga masyarakat tidak perlu datang ke tempat loket pembayaran tagihan untuk antri tapi cukup datang ke kantor pos melakukan berbagai transaksi dalam satu loket dengan mudah dan cepat. Perkembangan layanan Pospay di Kantor Pos Mataram pada tahun 2011 mencapai 1.115.942 transaksi (84%) (data Kantor Pos Mataram, 2012). Ini berarti layanan pospay telah dimanfaatkan oleh banyak masyarakat Mataram.

Di wilayah Mataram beberapa mitra PT Pos Indonesia yang memanfaatkan layanan serba *online* tersebut seperti Adira Finance, FIF, Bussan Auto Finance, Summit Oto Finance, Columbia, Suzuki, Bhakti Finance, Tunas Financindo Sarana dan WOM, yang merupakan perusahaan pembiayaan kredit kendaraan sepeda motor. Selain itu kalangan perbankan seperti Bank BTN, Bank Muamalat, perusahaan asuransi seperti AIG Lippo, Takaful dan Sinar Mas, penerimaan negara yakni Ditjen Pajak Depkeu, PLN, PDAM pembayaran rekening telepon seperti PT. Telkom, Telkomsel, Indosat, Esia, Fren, XL dan beberapa perusahaan mitra lainnya. "Intinya layanan serba *online* memberikan kemudahan bagi masyarakat yang disibukkan dengan berbagai rutinitas, sehingga dapat dengan mudah melakukan berbagai transaksi penyetoran dan pembayaran dalam satu loket," ujar Kepala PT Pos Indonesia Kantor Cabang Mataram, Dewa Mertayasa. (Antaramataram.com, Nusa Tenggara Barat). Dikemukakan Senior Manajer Financial Services dan Retail PT. Pos Indonesia Kanwil delapan Bali

Nusa Tenggara Wayan Santra, SE bahwa layanan berbasis Media ataupun Serba *Online* pospay tersebut bertujuan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan untuk mengantisipasi kebutuhan bisnis yang terus berubah dan penuh tantangan. Hal ini sebagai upaya PT. Pos untuk bersaing ditingkat pasar yang saat ini berkembang pesat di Indonesia termasuk di wilayah Bali dan Nusa Tenggara. Untuk wilayah NTB, SOPP (Sistem *Online Payment Point*) Pos tersebar di 49 titik yang tersebar disebagian besar Kecamatan yang ada, sehingga memudahkan masyarakat untuk bertransaksi tanpa harus datang ke kantor Pos Pusat.

Penggunaan SOPP pospay di PT Pos di wilayah Mataram memberikan kemudahan bagi pelanggan sebagai pengembangan dari jasa layanan pos yang sudah ada didukung oleh teknologi yang digunakan. Dengan sistem *Online*, selain untuk meningkatkan laba perusahaan di sisi lain dapat meningkatkan kualitas layanan perusahaan. Untuk meningkatkan dan mengembangkan layanan pospay, PT Pos perlu mengetahui tingkat kualitas layanan pospay yang telah mereka lakukan dan layanan pospay apa saja yang memerlukan perhatian untuk ditingkatkan serta melihat peluang bisnis lain dalam melayani masyarakat di PT Pos Mataram. Sehingga pelayanan pospay dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di Mataram.

## PERMASALAHAN

Dari uraian di atas, dengan adanya kemudahan yang diberikan PT Pos untuk pelanggannya dalam hal layanan maka permasalahan dihadapi adalah sejauh mana pemanfaatan layanan pospay pada masyarakat di kota Mataram, dengan identifikasi manfaat apa yang diperoleh masyarakat menggunakan pospay? dan bagaimana kualitas pospay di kantor pos Mataram.

## TUJUAN DAN MANFAAT

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan layanan pospay, yang diperoleh masyarakat di Kota Mataram serta mengetahui kualitas layanan pospay yang dirasakan oleh masyarakat Mataram.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi PT. Pos Indonesia (Persero) kota Mataram, sebagai sumbangan pemikiran dalam usaha untuk meningkatkan layanannya kepada konsumen, dan di sisi lain diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pembuat kebijakan Kemenkominfo khususnya Ditjen SDPPI dalam pengembangan layanan dibidang pos.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey, dengan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif eksploratif yang didukung oleh data kualitatif. Sampel populasi adalah pengguna layanan pospay, dengan penyebaran angket secara purposif sebanyak 100 responden, didukung data kualitatif berupa wawancara terhadap narasumber (pejabat) pos di lokasi penelitian lalu menganalisis dengan deskriptif analisis.

Lokasi penelitian adalah Kota Matara Propinsi Nusa Tenggara Barat. Lokasi ditentukan secara purposive, yaitu lokasi yang memiliki potensi dan ekspektasi terhadap penyelenggaraan layanan pos. Analisa data dilakukan secara deskriptif analisis dengan tabel frekuensi dan presentasi.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Teknologi Informasi dan Komunikasi

Menurut Eric Deeson, Harper Collins Publishers, Dictionary of Information Technology, Glasgow, UK, 1991 "*Information Technology (IT) the handling of information by electric and electronic (and microelectronic) means. Here handling includes transfer. Processing, storage and access, IT special concern being the use of hardware and software for these tasks for the benefit of individual people and society as a whole*"

Dari penjelasan di atas : kebutuhan manusia di dalam mengambil dan memindahkan, mengolah dan memproses informasi dalam konteks sosial yang menguntungkan diri sendiri dan masyarakat secara keseluruhan. Bagaimana implikasinya agar dapat menguntungkan secara

individual dan masyarakat secara keseluruhan tidak didefinisikan secara lebih khusus. (<http://duniatik.blogspot.com/2008/02/pengertian-teknologi-informasi-dan.html>)

Teknologi informasi mengandung dua kata teknologi dan informasi, yang masing-masing artinya berbeda satu dengan yang lain Saat ini teknologi informasi telah menjadi satu makna. Walaupun demikian arti teknologi adalah suatu alat yang mampu untuk mempermudah atau memperlancar suatu pekerjaan. Alat dalam suatu teknologi dapat berupa perangkat, baik perangkat keras maupun perangkat lunak. Perangkat keras dapat berupa mesin, alat, komputer dan lain sebagainya. Sedangkan perangkat lunak dapat berupa *software* maupun prosedur-prosedur atau aturan-aturan yang ada. Teknologi yang digunakan dalam teknologi informasi adalah teknologi komputer, teknologi telekomunikasi dan teknologi yang mampu memberikan nilai tambah untuk suatu organisasi (Hastha Dewa Putranta, 2004 : 24). Sedangkan informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam mengambil keputusan saat ini atau mendatang (Aji Supriyanto, 2005 : 243). Teknologi informasi juga adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan.

Menurut Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, teknologi informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi. Selanjutnya pemanfaatan teknologi informasi dalam pengembangan bisnis merupakan suatu kegiatan dalam bentuk transaksi elektronik, yang didukung dengan dokumen elektronik, menurut Undang-Undang tersebut yaitu setiap informasi elektronik yang dibuat, diteruskan, dikirimkan, diterima, atau disimpan dalam bentuk analog, digital, elektromagnetik, optikal, atau sejenisnya, yang dapat dilihat, ditampilkan, dan/atau didengar melalui komputer atau sistem

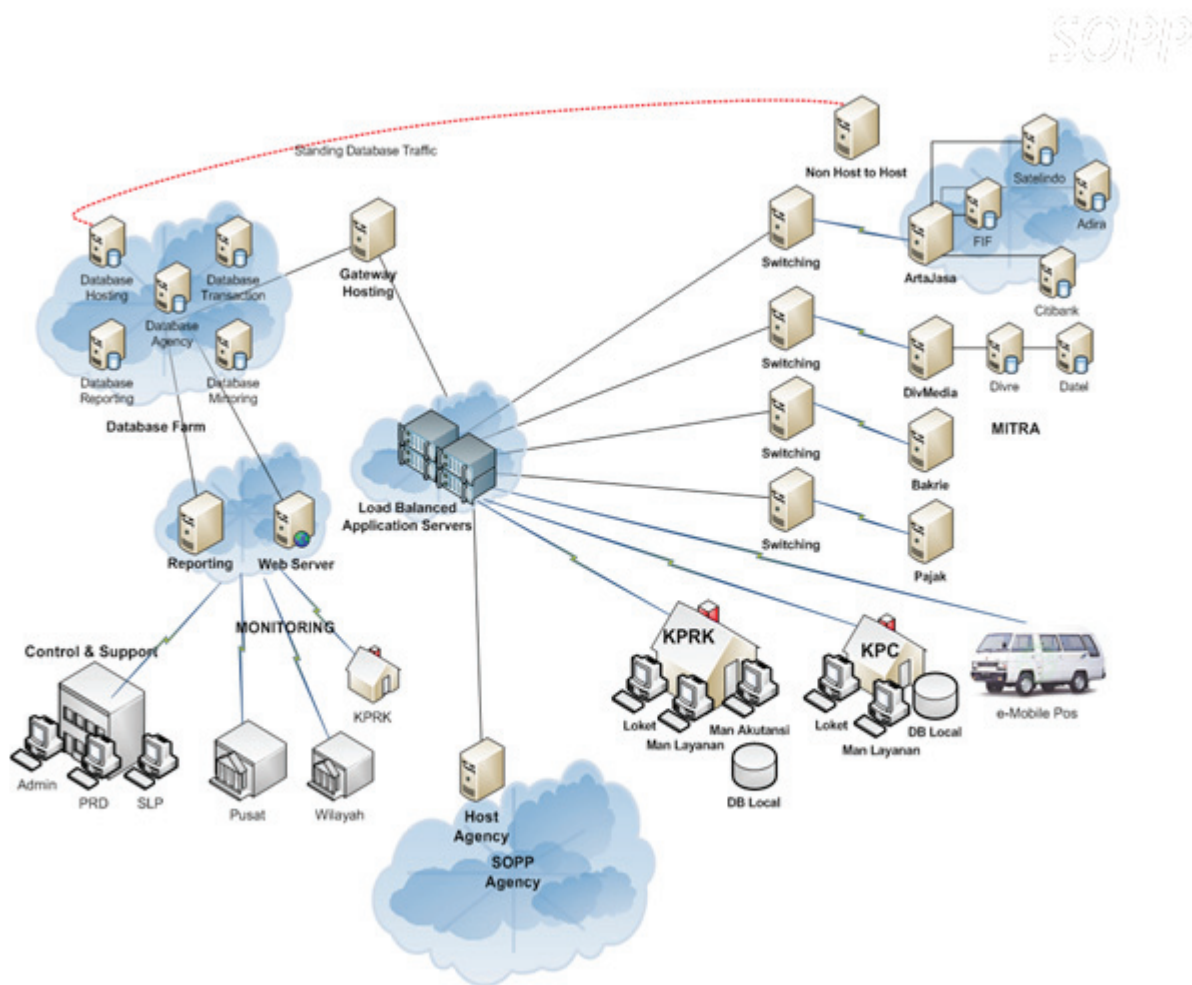
elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, kode akses, simbol atau perforasi yang memiliki makna atau arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.

TIK dapat memenuhi kebutuhan informasi dunia bisnis dengan sangat cepat, tepat waktu, relevan, dan akurat (Wilkinson dan Cerullo, 1997).

Sistem *online payment point* (SOPP) merupakan cara tercepat, mudah dan praktis dalam melakukan setoran tabungan, pembayaran tagihan rekening telepon seluler, asuransi, kredit penerimaan pajak dan isi ulang pulsa seluler

pada kantor pos di seluruh Indonesia yang telah memiliki jaringan SOPP. Dengan pemanfaatan teknologi informasi telah mengubah lalu lintas uang dalam dan luar negeri dalam hitungan detik. TIK pula yang telah membuat publik dapat membeli tiket kereta api dan tiket pesawat di kantor pos-kantor pos terdekat.

Modernisasi ini semakin membuka luas bagi Pos Indonesia untuk beraliansi & bersinergi dengan perusahaan-perusahaan & institusi lain dibidang pemanfaatan jaringan Pos bagi kepentingan pelayanan publik serta pengembangan bisnis. Perusahaan yang telah bermitra dengan Pos Indonesia antara lain BRI, Bank Mandiri, Jamsostek, PLN, PT Kereta Api, PAM, dan BUMN lainnya seperti pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Arsitektur SOPP

## Layanan PT. Pos Indonesia

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau suatu urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung dengan manusia atau mesin secara fisik untuk menyediakan kepuasan konsumen (Lehtinen 1983 p.21). Menurut Purwadarminta (1996, p. 245) layanan adalah "menyediakan segala apa yang dibutuhkan orang lain sedangkan mengacu pada konsep pemasaran pelayanan biasanya sering dikaitkan dengan distribusi fisik yaitu "service atau pelayanan pelanggan, dan sering diukur menurut jumlah/lamanya waktu yang diperlukan untuk menyampaikan barang-barang setelah pesanan diterima (Swastha, 1999, p 8).

Dalam melakukan kegiatan layanan, seorang petugas pada perusahaan industri jasa pelayanan harus senantiasa memperhatikan dan mencermati keinginan pelanggan seperti baik, ramah, penuh simpatik, mempunyai rasa memiliki yang tinggi terhadap perusahaan dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan artinya bahwa setiap keinginan orang yang menerima pelayanan merasa puas, berkualitas dan tepat waktu dan biaya terjangkau.

Pelayanan umum dapat diartikan memproses pelayanan kepada masyarakat/customer, baik berupa barang atau jasa melalui tahapan, prosedur, persyaratan-persyaratan, waktu dan pembiayaan yang dilakukan secara transparan untuk mencapai kepuasan sebagaimana visi yang telah ditetapkan dalam organisasi.

Berdasarkan Undang-undang No. 38 Tahun 2009 tentang Pos, pos adalah layanan komunikasi tertulis dan/atau surat elektronik, layanan paket, layanan logistik, layanan transaksi keuangan, dan layanan keagenan pos untuk kepentingan umum. Sedangkan penyelenggara pos adalah suatu badan usaha yang menyelenggarakan pos. Jenis layanan penyelenggara jasa perposan meliputi: komunikasi tertulis/terekam, logistik, paket filateli keagenan dan jasa lainnya. Sedangkan layanan pos yang berbasis teknologi informasi diantaranya adalah SMS pos merupakan layanan pengiriman dan pemberitaan singkat ucapan selamat, Pos Express, Sistem *Online Payment Point* (SOPP), merupakan layanan pembayaran tagihan rekening melalui loket kantor pos, Surat Kilat Khusus (SKH), Wesel dan *Express Mail Service*

(EMS) yang merupakan layanan premium untuk pengiriman dokumen dan barang dagangan ke luar negeri, dengan fasilitas pelacakan kiriman yang dapat dilakukan secara elektronik.

## Kualitas Layanan

Kualitas dapat didefinisikan sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Pengukuran terhadap kualitas jasa telah banyak dilakukan dengan berbagai alat ukur. Rangkuti (2006) mengukur kualitas jasa dari persepsi pengguna layanan pos terhadap lima dimensi jasa, yaitu *responsiveness* (tanggap), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti langsung), *empathy* (peduli) dan *reability* (keandalan).

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, Parasuraman, dkk (1998) telah mengembangkan model skala pengukuran persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang disebut Servqual. Dimensi yang diukur dalam servqual adalah bentuk layanan nyata (*tangibel*), keandalan (*realibility*), tingkat respon (*responsiveness*), adanya jaminan (*assurance*), dan rasa empaty (*empaty*). Pengukuran kualitas layanan juga dibagi dalam 5 faktor utama yaitu jasa yang diberikan, aspek manusia, sistemasi penyajian/penyampaian layanan, layanan yang dirasakan dan tanggung jawab sosial (Sureschander dkk.2002).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Kantor Pos

Tidak berbeda dengan kantor pos lainnya, salah satu kantor pos berada di Propinsi NTB adalah kantor pos UPT yang berkedudukan di Mataram yaitu kantor pos pusat cabang Mataram yang dikepalai oleh kepala kantor pos cabang yang dibantu oleh para manager dan wakil kepala kantor pos. Kantor pos Mataram mulai beroperasi tepatnya pada tanggal 11 Agustus 1982, dengan wilayah kerjanya meliputi Kodya Mataram, Lombok Barat, Lombok Tengah dan Lombok Utara.

Kantor pos Mataram terletak di Jalan Sriwijaya, dengan 28 kantor cabang pembantu yang berada di daerah Lombok. Letak Kantor pos Cabang Mataram secara fisik cukup representatif berada ditepi jalan raya dengan papan nomenklatur yang jelas sehingga terbaca masyarakat. Dan kini kantor pos terus berbenah diri memperbaiki kualitas baik fisik maupun layanan. Kantor pos pusat di Mataram mempunyai pelayanan publik dengan 8 loket layanan. Antara lain 5 (lima) loket adalah melayani masyarakat dengan pelayanan keuangan (pospay) antara lain melayani layanan pajak, angsuran kredit kendaraan bermotor, pembayaran PLN, PDAM, telepon, pensiun dll serta layanan wesel pos. Dan 3 (tiga) loket untuk melayani pengiriman surat menyurat, filateli, pospaket, penjualan benda pos.

Kantor pos cabang Mataram sampai kini terus melakukan pengembangan dalam layanan, antara lain layanan pospay yang berjejaring *online* dengan Sistem *Online Payment Point*, bermitra dengan 48 perusahaan BUMN maupun pemerintah, antara lain dengan PDAM, PLN, Telkom, Bank, Dit. Pajak, Adira, dll. Layanan tersebut baru dilakukan pada loket-loket yang berada di kantor pos yang ada di daerah pulau Lombok. Sedangkan untuk mobil keliling di Mataram belum tersedia baik di dalam kota maupun untuk menjangkau daerah terpencil. Wilayah kerja Kantor pos cabang Mataram saat ini di bantu oleh 146 karyawan (pegawai) yang terdiri dari 105 orang pegawai organik dan 41 orang tenaga *outsourcing* yang masa kerjanya diperpanjang kontraknya setiap tahun. Untuk tenaga teknologi informatika, kantor pos Mataram dirasa masih kurang, mengingat kegiatan yang padat dalam layanannya hanya dibantu oleh 2 (dua) orang pegawai untuk operator sehingga bila ada kerusakan dengan perangkat TI pihak kantor pos memanggil teknisi untuk memperbaiki. Tidak menutup kemungkinan bagi pegawainya, Kantor pos memberi kesempatan kepada pegawainya dalam pengembangan diri dengan pelatihan TIK terhadap pegawai yang berminat dan yang belum mahir.

Masyarakat yang datang ke kantor pos Mataram sebagian besar adalah untuk bertransaksi layanan keuangan selain pengiriman weselpos atau menerima wesel, layanan Pospay banyak diminati masyarakat karena dengan adanya layanan pospay memudahkan

pelanggannya untuk bertransaksi di kantor pos dengan *one stop service*. Artinya selain ke kantor pos untuk mengirim surat dan barang pelanggan bisa membayar berbagai tagihan secara *online* tanpa harus mengantri ditempat tujuan, cukup datang ke kantor pos. Berkat pemanfaatan teknologi, dari layanan pospay ini menurut Ka. Kantor Pos Cabang Mataram Jaka Sunarna, pospay mampu berkontribusi secara signifikan sebesar 43 % dari transaksi seluruhnya. Pertumbuhan transaksi pospay di kantor pos Mataram pada tahun 2011 mencapai 1.115.942 transaksi (84%). Layanan Pospay menggunakan jaringan SOPP yaitu *System Online Payment Point Host to Host* dimana sistim online yaitu sistem *hardware*, *software*, dan *brainware* yang satu sama lainnya saling terkait dalam kegiatan operasi komputerisasi yang tidak dapat dipisahkan. Dengan adanya pembayaran dengan sistim *online* bagi konsumen memudahkan pembayaran selain itu untuk meningkatkan laba perusahaan juga di sisi lain meningkatkan kualitas layanan perusahaan kepada masyarakat.

### **Karakteristik Responden**

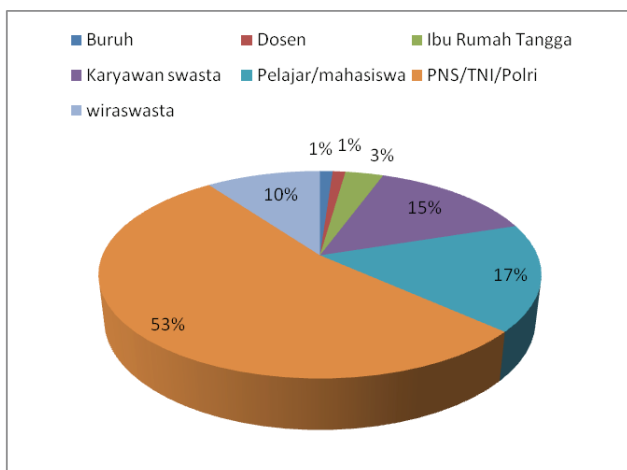
Pengumpulan data primer untuk masyarakat pengguna layanan pospay telah dilaksanakan di kota Mataram, Propinsi Nusa Tenggara Barat dengan jumlah 100 responden dan setelah di kompilasi maka ada 9 responden yang bias sehingga tinggal 91 orang responden yang valid sebagai berikut :

- a. Jenis Kelamin  
Hasil survey mengatakan jenis kelamin pengguna layanan pos sebagian besar berjenis kelamin laki-laki sebanyak 49 orang (53,8%) dan jenis kelamin perempuan sebanyak 42 orang (46,2%).
- b. Usia  
Hasil pengumpulan data terhadap usia pengguna layanan pos adalah seimbang, usia antara 21- 25 tahun sebanyak 18 orang (19,8%), usia 31-38 tahun sebanyak 18 orang (19,8%) sebagian kecil adalah usia antara 51-55 tahun hanya 4 orang (4%).
- c. Pendidikan  
Hasil survey mengatakan pendidikan pengguna layanan pos adalah responden

berpendidikan Sarjana sebanyak 42 orang (46,2%) dan sebagian kecil berpendidikan Pasca Sarjana dan SMP/ sederajat masing-masing 4 orang (4,4%).

d. Pekerjaan

Hasil survey mengatakan pengguna layanan pos sebagian besar responden bekerja sebagai PNS sebanyak 48 orang (52,7%) dan yang paling kecil adalah dosen dan buruh masing-masing 1 orang (1,1%), untuk jelasnya dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pekerjaan Responden

e. Jarak Tempat

Jarak kantor pos dengan rumah responden sebagian besar bertempat tinggal jaraknya 1 sampai dengan 5 km adalah 44 orang (48,4%), dan sebagian kecil yang tempat tinggalnya kurang dari 1 km dengan kantor pos adalah 19 orang (20,9%) seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Jarak Tempat

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
1.	Lebih dari 5 km	28	30,8%
2	1 sd 5 km	44	48,4%
3	Kurang dari 1 km	19	20,9%
<b>Jumlah</b>		<b>91</b>	<b>100</b>

## Pemanfaatan Pospay

a. PT Pos Memanfaatkan TI

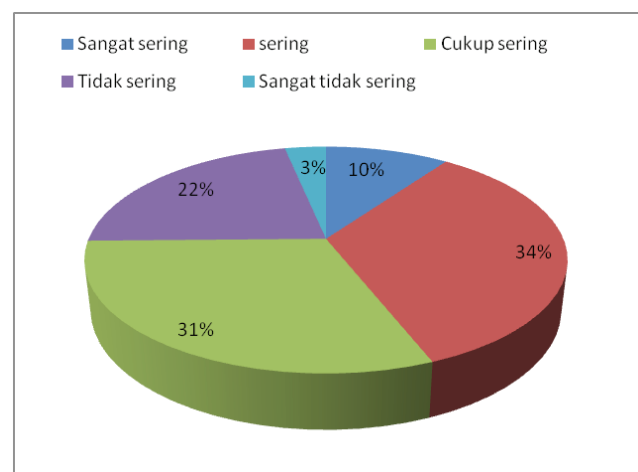
Pendapat Responden tentang PT Pos memanfaatkan TI pada layanan pos dikatakan oleh 82 orang (90,1%) sudah mengetahui, dan yang tidak mengetahui hanya 9 orang (9,9%) seperti pada tabel berikut.

Tabel 2. Responden Mengetahui Layanan PT Pos Memanfaatkan TI

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
1	Sudah mengetahui	82	90,1%
2	Tidak mengetahui	9	9,9%
<b>Jumlah</b>		<b>91</b>	<b>100</b>

b. Frekuensi Akses Pospay

Responden dalam memanfaatkan layanan pospay paling banyak mengakses adalah mengatakan sering mengakses pospay sebanyak 31 orang (34,1%), dan yang paling sedikit adalah responden yang mengatakan sangat tidak sering adalah 3 orang (3,3%) seperti pada gambar berikut:

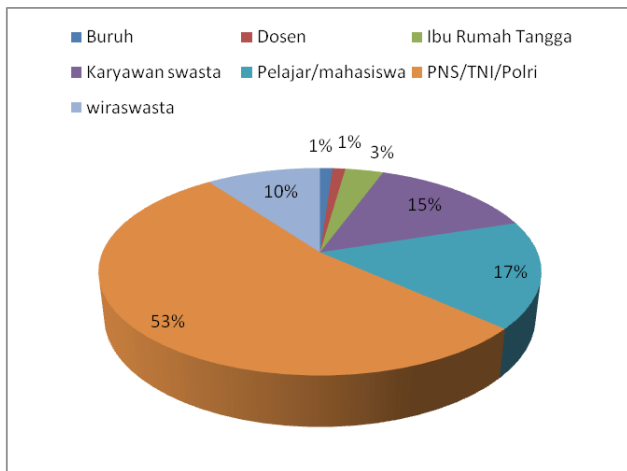


Gambar 3. Frekuensi Akses Pospay

c. Jasa Perusahaan yang digunakan

Sebagian besar pengguna pospay memanfaatkan kantor pos adalah sebanyak 79 orang (86,9%), dan sebagian kecil memanfaatkan jasa titipan lainnya, JNE masing-masing sebanyak 2 orang (2,2%), seperti pada Gambar 4 berikut:





**Gambar 4. Jenis Perusahaan yang Digunakan**

d. Jenis pembayaran yang digunakan

Sebagian besar pengguna pospay adalah melakukan pembayaran angsuran kendaraan bermotor sebanyak 50 orang (64%), dan jenis pembayaran yang terkecil adalah pembayaran untuk tiket kereta api sebanyak 1 orang (1,28 %). Untuk rincinya pada tabel berikut :

**Tabel 3. Jenis Pembayaran**

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
1.	Angsuran kendaraan	50	39%
2	Pembayaran.listrik	32	25%
3	PAM	34	27%
4	Pajak	4	3%
5	Tabungan	4	3%
6	Telepon	3	2%
7	Tiket kereta api	1	1%
	Jumlah	128	100

e. Alasan Menggunakan Layanan Pospay

Responden sebanyak 35 orang (38,5%) beralasan bahwa pospay tersedia di semua kantor pos, sedangkan yang terendah adalah 14 orang (15,4%) beralasan mengatakan tarifnya murah. Untuk rincinya pada tabel berikut :

**Tabel 4. Alasan Menggunakan Pospay**

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
1	Tarif murah	14	15,4%
2	layanan cepat	25	28 %
3	Tersedia di semua kantor pos	35	38,5%
4	Transaksi aman	17	18,7%
	<b>Jumlah</b>	<b>91</b>	<b>100</b>

f. Pendapat Tentang Penggunaan TI pada Layanan Pos

Pendapat responden tentang penggunaan TI pada layanan Pos sebanyak 43 orang (44%) mengatakan bahwa TI bermanfaat dan yang terkecil 18 orang (19,8%) responden mengatakan cukup bermanfaat seperti pada tabel berikut :

**Tabel 5. Penggunaan TI pada Layanan Pos**

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
1	Bermanfaat	43	47,3%
2	Cukup Bermanfaat	18	19,8%
3	Sangat bermanfaat	30	33 %
	<b>Jumlah</b>	<b>91</b>	<b>100</b>

g. Kecepatan pada Layanan Pospay

Pendapat responden tentang kecepatan pada layanan Pos pay dikatakan oleh 44 orang (48,4%) adalah cepat, dan yang terkecil 1 orang (1,1%) mengatakan sangat lambat, seperti pada tabel berikut.

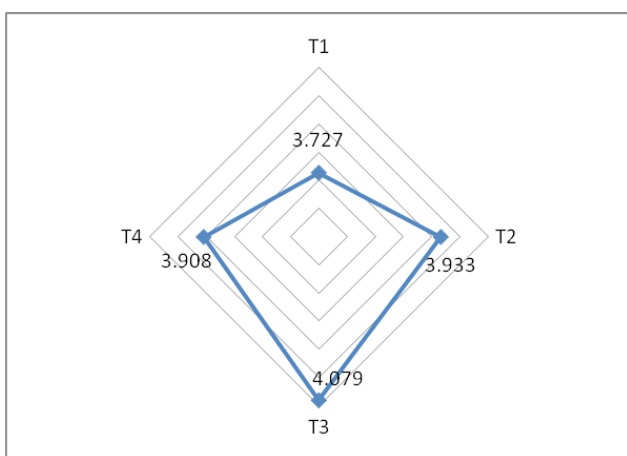
**Tabel 6.**  
**Kecepatan pada Layanan Pospay**

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
1	Cepat	44	48,4%
2	Cukup cepat	36	39,6%
3	Lambat	2	2,2%
4	Sangat cepat	8	8,8%
5	Sangat lambat	1	1,1%
<b>Jumlah</b>		<b>91</b>	<b>100</b>

### Kualitas Layanan Pospay

#### A. Aspek *Tangible*

Pemanfaatan layanan pospay dapat dirasakan langsung oleh masyarakat melalui berbagai indikasi layanan yang dapat dilihat, yaitu: kondisi loket (T1), layout fasilitas (T2), penampilan karyawan (T3), fasilitas berinteraksi (T4).

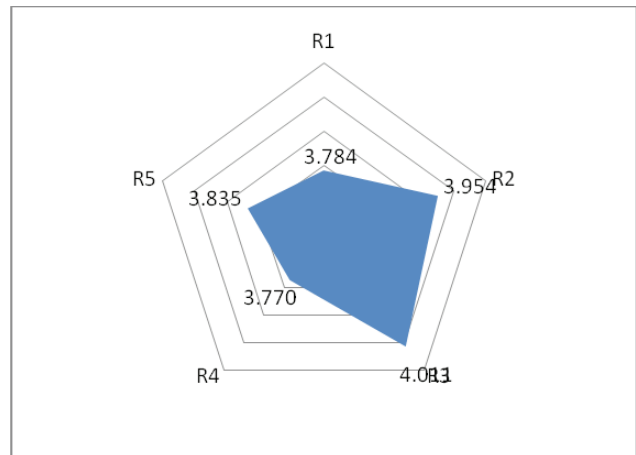


**Gambar 5. Variasi Nilai Indikator dalam Aspek Tangible Layanan Pospay**

Dari gambar nilai variasi indikator aspek *tangible* dari layanan pospay, dapat dilihat bahwa penampilan karyawan yang rapih mendapatkan urutan pertama yang dijadikan preferensi konsumen dalam melihat aspek *tangible* dari kualitas layanan pospay PT Pos Mataram. Urutan kedua adalah indikator *layout* fasilitas yang memudahkan layanan juga dinilai penting oleh konsumen. Kemudahan layanan menjadi ukuran yang harus dijadikan patokan dalam memberikan layanan fisik/*tangible* kepada konsumen..

#### B. Aspek *Reliability*

Ukuran keandalan dari layanan pospay PT Pos Mataram diukur ke dalam 5 (lima) indikator, yaitu: Kesesuaian harapan pelanggan (R1), kecepatan memberikan tanggapan (R2), kepercayaan pelanggan (R3), kecepatan layanan (R4), ketepatan layanan (R5).

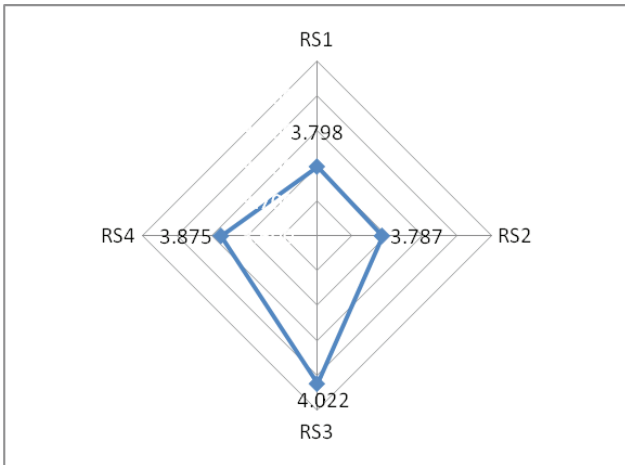


**Gambar 6. Variasi Nilai Indikator dalam Aspek Reliable Layanan Pospay**

Dari gambar variasi indikator dari aspek *reliability* layanan pospay, maka dapat disimpulkan bahwa indikator kepercayaan dan kecepatan dalam memberikan tanggapan ketika terjadi masalah merupakan ukuran paling dominan dalam melihat aspek kehandalan layanan pospay bagi konsumen. Hal yang menarik lagi untuk dilihat dari gambar di atas adalah bahwa kecepatan layanan memiliki skor paling rendah. Hal ini berarti terdapat layanan yang dirasakan lambat oleh konsumen dan mengurangi keandalan PT Pos Mataram dalam memberikan layanan pospay.

#### C. Aspek *Responsiveness*

Aspek *responsiveness* dalam kualitas layanan pospay PT Pos Mataram diukur dalam empat indikator, yaitu: ketepatan informasi (RS1), Kemampuan karyawan (RS2), bantuan kepada pengunjung (RS3) dan respon pesanan (RS4).

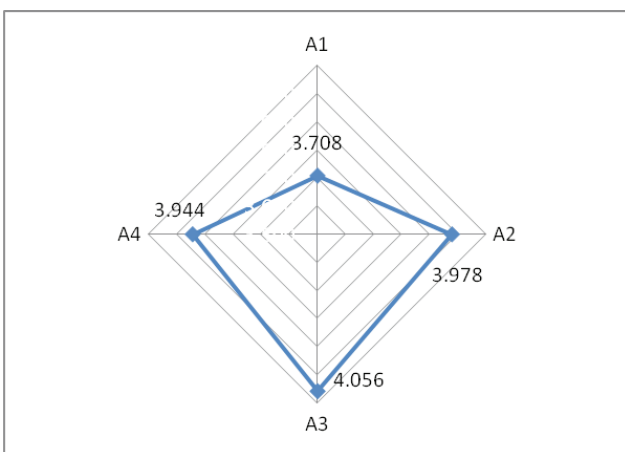


**Gambar 7. Variasi Nilai Indikator dalam Aspek Responsiveness Layanan Pospay**

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa respon terhadap pesanan sudah cukup baik termasuk dalam memberikan bantuan kepada pengunjung jika mengalami kesulitan.

**E Aspek Assurance**

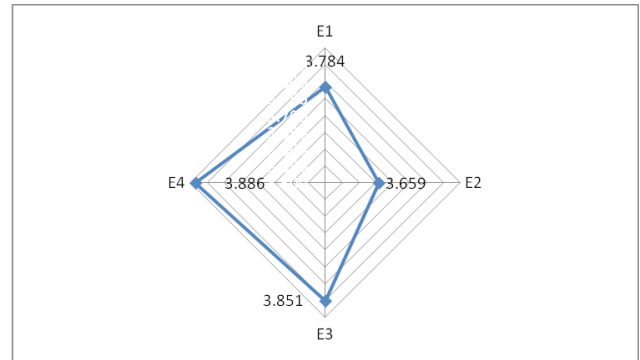
Kualitas layanan pospay dilihat dari ada tidaknya jaminan kualitas yang diberikan melalui empat indikator: kemampuan karyawan (A1), keamanan transaksi (A2), kesopanan (A3) dan hasil pekerjaan (A4). Hasil ukuran indikator dapat dilihat pada gambar berikut ini.



**Gambar 8. Variasi Nilai Indikator dalam Aspek Assurance layanan Pospay**

**F. Aspek Empathy**

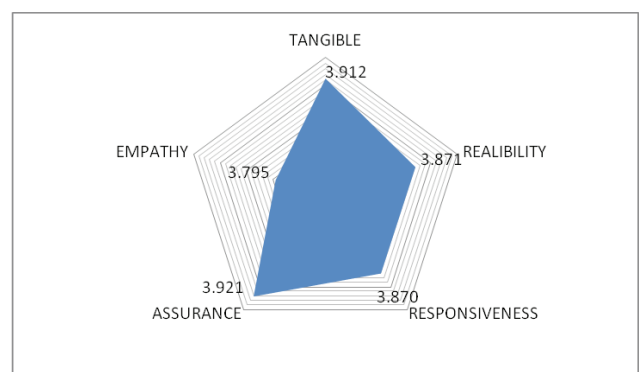
Aspek *empathy* diukur dengan melihat, perhatian karyawan kepada konsumen (E1), *need knowing* (E2), ketulusan (E3) dan kesesuaian jam buka dengan kebutuhan (E4).



**Gambar 9. Variasi Nilai Indikator dalam Aspek Empathy Layanan Pospay**

Nilai *empathy* dari layanan pospay menunjukkan nilai yang hampir seimbang untuk indikator perhatian, ketulusan dan jam layanan yang sesuai kebutuhan.

Dari keseluruhan aspek kualitas layanan yang diukur, yaitu: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy* dapat dijelaskan dalam gambar berikut ini. Nilai variabel *assurance* (jaminan) memiliki nilai paling tinggi. Hal ini menunjukkan mulai meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap PT Pos Mataram dalam memberikan layanan pospay yang relatif merupakan layanan keuangan sebagaimana layanan perbankan. Kepercayaan masyarakat ini harus diikuti dengan bentuk fisik/*tangible* dari layanan pospay, baik itu fasilitas kantor, *layout* peralatan dan juga penampilan karyawan. PT Pos Mataram sudah mulai berevolusi dalam hal aspek *tangible* tersebut. Paling jelas dilihat adalah seragam karyawan yang sudah mirip dengan pegawai bank dan bentuk loket serta fasilitas fisik lainnya yang mengarah pada kualitas fisik layanan perbankan.



**Gambar 10. Nilai Aspek Kualitas Layanan Pospay**

## ANALISIS

### Deskripsi Responden

#### a. Karakteristik Responden

Dari hasil penelitian dengan sampel yang valid 91 responden terlihat bahwa responden terdiri dari 49 orang laki-laki (53,8%) dan 42 orang perempuan (46,2%). Sedang dilihat dari usia responden adalah dengan usia antara 15 s.d. 20 tahun sebanyak 11 orang (12,1%), 21 sampai dengan 25 tahun adalah 18 orang (19,8%), usia 26 s.d. 30 tahun thn sebanyak 9 orang (9,9%) usia 31 s.d 35 tahun sebanyak 18 orang (19,8%), usia 36 s.d. 40 tahun sebanyak 7 orang (7,7%) usia 41 s.d. 45 tahun sebanyak 9 orang (9,9%) usia 46 s.d. 50 tahun sebanyak 9 orang (9,9%), usia 51 s.d. 55 tahun adalah 4 orang (4,4%) dan 56 tahun ke atas sebanyak 6 orang (6,6%). Dengan pendidikan responden S1 sebanyak 42 orang (46,2%), D3 ada 7 orang (7,7%), lalu S2 sebanyak 4 orang (4,4%), SMA sebanyak 34 orang (37,4%) dan SMP sebanyak 4 orang (4,4%). Sedangkan pekerjaan responden sebagai buruh dan dosen masing-masing 1 orang (1,1%), ibu rumah tangga sebanyak 3 orang (3,3%), swasta 13 orang (14,3%) pelajar sebanyak 15 orang (16,5%), PNS sebanyak 48 orang (52,7%) dan wiraswasta sebanyak 9 orang (9,9%).

Dengan demikian bahwa karakteristik responden pada layanan pospay yang datang ke kantor pos mayoritas adalah laki-laki. Responden banyak yang usia antara 21-25 tahun dan usia 31 -35 tahun. Sedangkan untuk pendidikan responden terbanyak adalah S1. Dan responden banyak bekerja sebagai PNS.

#### b. Aksesibilitas terhadap layanan

Untuk mengakses layanan pos khususnya layanan pospay ke kantor pos, salah satunya adalah tempat tinggal pengguna, responden yang tempat tinggalnya lebih dari 5 km sebanyak 28 orang (30,8%), antara 1-5 km sebanyak 44 orang (48,4%) dan yang kurang dari 1 km adalah 19 orang (20,8%), sehingga responden yang dekat dengan kantor pos sebanyak 20,8% dan yang terbanyak adalah tempat tinggal antara 1-5 km yaitu 48,4%. Responden yang datang ke kantor pos

untuk layanan pospay adalah yang tempat tinggalnya berjarak 5 km.

Dan frekuensi mengakses layanan pospay responden mengatakan sangat sering 9 orang (9,9%), mengatakan sering sebanyak 31 orang (34,1%), cukup sering sebanyak 28 orang (30,8%), dan tidak sering sebanyak 20 orang (22%) dan sangat tidak sering adalah 3 orang (3,3%). Selain itu untuk mengakses layanan pos yang melalui kantor pos dikatakan responden sebanyak 79 orang (86,9%), TIKI sebanyak 8 orang (8,8%) dan jasa titipan lainnya serta JNE adalah masing-masing 2 orang (2%) Jadi yang sering mengakses layanan pospay melalui kantor pos sebanyak 34,1% adalah responden yang bertempat tinggal dengan jarak 5 km dari kantor pos, selain kantor pos, responden ada juga yang menggunakan jasa layanan lainnya seperti TIKI dan JNE. Hal ini di mungkinkan responden sudah terbiasa dengan jasa titipan untuk pengiriman uang atau barang karena transaksi cepat atau ada sebab lain.

### Pemanfaatan TI Pada Layanan Pos

Penyelenggara perposan seperti PT. Pos Indonesia dalam pemanfaatan teknologi telah bermitra dengan penyelenggara telekomunikasi yang memiliki jaringan yang luas seperti PT. Telkomsel, PT. Indosat dengan maksud jaringan yang luas tersebut dapat terhubung secara online pada kantor-kantor pos berupa jaringan dalam bentuk perangkat server dan selanjutnya secara internal ke dalam kantor pos dengan jaringan tersendiri dengan menyediakan beberapa perangkat komputer. Teknologi informasi ini dapat dimanfaatkan untuk layanan pos, antara lain : membantu untuk pengembangan inovasi produk seperti kiriman remittance (kiriman uang), yang dapat dicapai dalam hitungan menit, pembayaran keuangan yang berjejaring SOPP (*Sistem Online Payment Point*) seperti angsuran kredit kendaraan, pembayaran pajak, PAM, Listrik, telepon, , dsb. Kiriman mail (surat) dikembangkan dalam bentuk *Hybrid Mail* sehingga tidak perlu adanya proses *delivery* dari *point to point*.

Pendapat masyarakat apakah sudah mengetahui terhadap penggunaan teknologi informasi dalam layanan pos, bahwa responden yang mengatakan mengetahui layanan pos sudah menggunakan TI sebesar 90,1%, dan tidak mengetahui sebesar 9,9%. Berarti literasi masyarakat sudah tinggi terhadap pos, karena masyarakat telah mengetahui adanya pemanfaatan TI pada layanan pos dan sudah familiar dengan pos. Selanjutnya masyarakat yang mengatakan bahwa menggunakan TI adalah bermanfaat sebesar 47,3%, cukup bermanfaat 19,8%, dan sangat bermanfaat sebanyak 33%. Dengan menggunakan layanan pos masyarakat telah merasakan manfaatnya. Banyak manfaat yang diperoleh masyarakat dengan adanya TI seperti pengiriman uang lebih cepat sampai tujuan, dalam satu hari dapat diterima yang bersangkutan dengan cara mengambil uang di kantor pos terdekat atau bila di kecamatan, dapat diambil di kantor pos kecamatan karena telah memakai jaringan *online* layanan pos yang telah sampai ke kecamatan di sebagian besar wilayah di Indonesia. Lalu penggunaan jaringan telekomunikasi seperti *handphone* untuk pengiriman SMS Pos, misalnya pada hari-hari besar dengan mengirim ucapan selamat hari raya berupa kartu lebaran dan hari besar keagamaan lainnya. Selain itu masyarakat juga dapat menggunakan layanan pos yang berbasis teknologi informasi seperti produk SOPP (*system online payment point*) atau pembayaran-pembayaran uang antara lain telepon, listrik, pajak, asuransi dan kredit dan *remittance* (kiriman uang). Layanan tersebut memberikan nilai tambah dan kemudahan dalam bertransaksi. Selain itu juga dalam pemanfaatan TI pada layanan pos akan berpengaruh terhadap kecepatan layanan pos dalam bertransaksi, bila cepat tentunya ini akan menggembirakan pengguna pos dan salah satu cara untuk menarik minat masyarakat datang ke kantor pos karena layanan pos sudah membaik. Hal ini diungkapkan oleh sebagian responden yang menyatakan cepat sebanyak 48,4%, dan ada yang mengatakan cukup cepat sebanyak 39,6%, sangat cepat 8,8%, ada yang yang mengatakan menjadi lambat 2,2%, sangat lambat 1,1%. Bagi yang mengatakan layanan menjadi lambat mungkin responden belum mengetahui adanya TI dalam layanan atau dalam transaksi ke kantor pos pernah mengalami kelambatan dalam pelayanan.

## Manfaat layanan pospay Bagi Masyarakat

Untuk mengetahui pemanfaatan layanan pos pospay, seberapa sering masyarakat menggunakan layanan pos. Dari hasil survey diperoleh data bahwa masyarakat pada umumnya mengatakan tidak sering menggunakan layanan pos sebesar 22%, sedangkan yang mengatakan sangat sering sebesar 9,9%, sering sebesar 34,1% dan cukup sering sebesar 30,8%. Ini menunjukkan bahwa layanan pos sudah dikenal masyarakat, terlihat dari data masyarakat yang sering menggunakan layanan pos setelah pos meningkatkan layanannya dengan beberapa layanan baru seperti pospay, wesel instan, bahkan ada yang mengatakan sangat sering menggunakan layanan pos walaupun sedikit persentasenya dibandingkan yang lainnya. Sedangkan pemanfaatan layanan pospay yang digunakan responden adalah untuk pembayaran angsuran kendaraan bermotor sebanyak 50 orang (64%), pembayaran listrik 32 orang (39,8%), PAM sebanyak 34 orang (43,52%). Lalu pajak sebanyak 4 orang (5,12%), tabungan sebanyak 4 orang (5,12%), telepon 3 orang (3,78%), pembelian tiket kereta api sebanyak 1 orang (1,28%). Jadi lebih dari separuh responden menggunakan layanan pospay untuk pembayaran angsuran kendaraan bermotor sebanyak 64%. Perusahaan Penjualan kendaraan bermotor baik roda empat atau roda dua sudah banyak menawarkan ke masyarakat melalui sistem kredit dengan kemudahan-kemudahan yang diberikan dan juga dealer kendaraan telah tersebar sampai pelosok pedesaan, sehingga masyarakat mudah untuk memiliki kendaraan dengan penawaran yang kompetitif, sedangkan yang paling sedikit responden melakukan layanan pospay adalah pembelian tiket kereta api 1,28%, seperti kita ketahui daerah Mataram akses untuk kereta api belum ada, sehingga pemesanan tiket kereta api dapat dipesan melalui kantor pos karena sudah *online* ini memudahkan masyarakat untuk pemesanan bagi masyarakat yang membutuhkan.

Alasan responden melakukan pembayaran angsuran atau pembayaran listrik dsb, melalui kantor pos adalah karena layanan pospay tersedia di seluruh kantor pos dikatakan oleh responden sebanyak 35 orang (38,5%), ini dilakukan karena kantor pos dekat dengan rumah tinggal responden juga dapat diakses melalui *online*. Dengan adanya layanan pospay pada kantor pos

dirasakan bermanfaat bagi masyarakat karena layanannya yang cepat dikatakan oleh 25 orang (27,5%), responden yang menyatakan transaksi aman sebanyak 17 orang (18,7%) dan tarif murah dikatakan responden sebanyak 14 orang (15,4%).

Dengan demikian masyarakat merasakan manfaat dari layanan pospay itu, dengan layanan cepat, mudah dan murah. dan ini juga salah satu untuk menarik masyarakat datang ke kantor pos untuk dapat memanfaatkan layanan pos lainnya bagi masyarakat yang belum memanfaatkan layanan pos.

### **Kualitas Layanan Pospay**

Untuk dimensi kualitas layanan, Dari aspek *tangible*, nilai variasi indikator aspek *tangible* diperoleh bahwa penampilan karyawan yang rapih mendapatkan urutan pertama yang dijadikan preferensi konsumen dalam melihat aspek *tangible* dari kualitas layanan pospay PT Pos Mataram. Urutan kedua adalah indikator *layout* fasilitas yang memudahkan layanan juga dinilai penting oleh konsumen. Kemudahan layanan menjadi ukuran yang harus dijadikan patokan dalam memberikan layanan fisik/*tangible* kepada konsumen.

Dari aspek *reliability*, variasi indikator dari aspek *reliability* layanan pospay dapat disimpulkan bahwa indikator kepercayaan dan kecepatan dalam memberikan tanggapan ketika terjadi masalah merupakan ukuran paling dominan dalam melihat aspek kehandalan layanan pospay bagi konsumen. Hal yang menarik lagi untuk dilihat dari aspek *reliability* adalah bahwa kecepatan layanan memiliki skor paling rendah. Hal ini berarti terdapat layanan yang dirasakan lambat oleh konsumen dan mengurangi keandalan PT Pos Mataram dalam memberikan layanan pospay.

Dari aspek *responsiveness*, hasil menunjukkan bahwa respon terhadap pesanan sudah cukup baik termasuk dalam memberikan bantuan kepada pengunjung jika mengalami kesulitan. Dari aspek *assurance*, yang diberikan melalui empat indikator: kemampuan karyawan, keamanan transaksi, kesopanan, dan hasil pekerjaan. Diperoleh bahwa indikator hasil pekerjaan dari

karyawan PT. Pos menjadi indikator utama yang menjadi pertimbangan apa yang dirasakan oleh masyarakat dalam pelayanan PT. Pos. Dari aspek *empathy*, hasil menunjukkan nilai yang hampir seimbang untuk indikator perhatian, ketulusan dan jam layanan yang sesuai kebutuhan.

Dari keseluruhan aspek kualitas layanan yang diukur, yaitu: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*. Nilai variabel *assurance* (jaminan) memiliki nilai paling tinggi. Hal ini menunjukkan mulai meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap PT Pos Mataram dalam memberikan layanan pospay yang relatif merupakan layanan keuangan sebagaimana layanan perbankan. Kepercayaan masyarakat ini harus diikuti dengan bentuk fisik/*tangible* dari layanan pospay, baik itu fasilitas kantor, *layout* peralatan dan juga penampilan karyawan. PT Pos Mataram sudah mulai berevolusi dalam hal aspek *tangible* tersebut. Paling jelas dilihat adalah seragam karyawan yang sudah mirip dengan pegawai bank dan bentuk loket serta fasilitas fisik lainnya yang mengarah pada kualitas fisik layanan perbankan.

# KESIMPULAN DAN SARAN

## Kesimpulan

Hasil pengumpulan data primer, data sekunder dan hasil analisis data tentang studi pemanfaatan layanan pospay pada masyarakat Kota Mataram, maka dapat diambil kesimpulan, antara lain :

1. Kantor pos Mataram telah meningkatkan layanannya dengan berbasis TIK selain jasa pos surat dan paket, diantaranya pengembangan layanan berjejaring SOPP (*System Online Payment Point*) yaitu layanan pospay. Dengan adanya pospay, transaksi di kantor pos Mataram meningkat hingga 43% dari pendapatan .

Dari hasil penelitian mayoritas responden sering datang ke kantor pos yaitu dengan memanfaatkan layanan pospay di kantor pos Mataram, adalah laki-laki dan berusia antara 21 sampai 35 tahun, dengan pendidikan S1. Responden banyak bekerja sebagai PNS. Sebagian besar pospay digunakan untuk pembayaran angsuran kendaraan bermotor, walaupun ada pengguna melakukan pembayaran listrik, pajak, telepon, PAM. Mereka menggunakan layanan pospay beralasan pospay tersedia diseluruh kantor pos sehingga memudahkan untuk pembayaran , tanpa harus menuju tempat pembayaran angsuran yang memakan waktu dan tenaga, melalui jasa pos telah dirasakan manfaatnya oleh responden, karena layanan yang cepat melalui pospay.

2. Dari empat aspek kualitas layanan pospay yang diukur, yaitu: *Tangible, Realibility, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*. menunjukkan nilai di atas rata-rata. Variabel *assurance* (jaminan) memiliki nilai paling tinggi, kemudian disusul variabel *tangible, responsive, reability* dan *empathy*. Yang menarik disini *empathy* dari karyawan pos terhadap pekerjaan masih perlu lebih ditingkatkan, seperti perhatian kepada konsumen, perhatian terhadap jam kerja. Hal ini dilakukan seiring dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap PT Pos Mataram dalam memberikan layanan pospay.

3. Dengan memanfaatkan TIK, kantor pos Mataram tidak takut bersaing dengan perusahaan swasta dalam jasa layanan pos lainnya, terlihat responden banyak memanfaatkan kantor pos sebagai jasa perusahaan yang digunakan dibandingkan yang lain.

## Saran / Rekomendasi

Mensosialisasikan layanan pospay ke masyarakat agar Pos tetap dimanfaatkan oleh masyarakat, dan layanan kemitraan yang sudah terjalin hendaknya terus berlanjut dengan membuka banyak agen lagi layanan pospay oleh masyarakat, untuk memudahkan masyarakat melakukan pembayaran baik angsuran/kredit kendaraan, ataupun pembayaran listrik dan sebagainya, karena sudah dirasakan manfaatnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji Supriyanto, (2005) Pengantar Sistem Informasi, Yogyakarta.
- Eric Deeson, (1991) Harper Collins Publishers, Dictionary of Information Technology, Glasgow, UK.
- Freddy, Rangkuti. (2006) Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan, Erlangga.Jakarta
- Hasan, Iqbal. M, (2002) Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Sugiyono, Prof, Dr, (1999) Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta, Bandung.
- Putranta, Hastha Dewa, (2004) Pengantar Sistem dan Teknologi Informasi, Amus, Yogyakarta.
- PT Pos Indonesia, (2008 ) Petunjuk Pelaksanaan Layanan SOPP Pos, Tim SOPP Pos Sekretaris Bidang Manajemen, Bandung.
- Zeithaml, V.A; Parasuraman, A.A. & Berry, L.L. (1990 ) Delivering Service Quality: Balancing Customer Perception and Expectation. New York: The Free Press.
- Peraturan Presiden No 24/2010 pasal 532, tentang Tugas Badan Litbang SDM Kemenkominfo
- Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 1985 tentang Penyelenggaraan Pos.
- Undang-undang No 38 tahun 2009 tentang Pos.
- Undang-undang No 6 thn 1984 tentang Pos.
- Undang-undang No 11 thn 2008 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

### Sumber lain :

- Antaramataram.com.nusatenggarabarat, 3-2-2012
- Sigitsuhardi@yahoo.com, 3-2-2012
- www.businessreview.co.id./kebijakan-bisnis-ekonomi-2000-html (akses 6/2-2012)
- www.bumn.g.id/26634/publikasi/berita/i-ketut-Mardjana-direktur-utama-pt-pos-indonesia./ tgl.3-2-2012
- <http://www.posindo.co.id>
- <http://surabayawebs.com/index.php/20107/27>
- [www/kppu.go.id](http://www/kppu.go.id)
- [http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-kualitas-Pelayanan- html \(diunduh 25/32012\)](http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-kualitas-Pelayanan- html (diunduh 25/32012))