

Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pengembangan Bisnis Pos

information technology utilization in business post development

Azwar Aziz

Puslitbang Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika
Jl. Medan Merdeka Barat No.9 Jakarta 10110 Telp./Fax. (021) 34833640

azwar.aziz@kominfo.go.id

Naskah diterima: 27 Februari 2011; Naskah disetujui: 19 Maret 2012

Abstract— Information technology has the power to develop industries and transform how business is run. A variety of leading companies have taken advantage of information technology in conducting a rethinking of business strategy. According to Law Number 11 Year 2008 on Information and Electronic Transactions that use information technology plays an important role in trade and national economic growth for the public welfare. Then the definition of information technology is a technique for collecting, preparing, storing, processing, announcing, analyze, and disseminate information. In this study uses a qualitative approach to research methodology and supported by quantitative data and analysis techniques are deskriptif. The results of this study indicate that the postal business carried out by PT. Pos Indonesia and courier service companies, those companies have made use of information technology in the development of the postal business, such as PT. Pos Indonesia has been using online services to send money to a matter of minutes and trace and tracking services. Furthermore courier service company has mengembangkan online by using the SMS service to check the mail trip. The main obstacle in the utilization of information technology is a huge cost to make an online network and device procurement. From users of postal services, postal services people already use information technology-based.

Keywords— Information Technology, Business Post.

Abstrak— Teknologi informasi memiliki kekuatan untuk mengembangkan industri dan mentransformasikan bagaimana bisnis dijalankan. Berbagai perusahaan terkemuka telah memanfaatkan teknologi informasi dalam melakukan pemikiran ulang strategi bisnis. Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik bahwa pemanfaatan teknologi informasi berperan penting dalam perdagangan dan pertumbuhan perekonomian nasional untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Kemudian pengertian teknologi informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan menyebarkan informasi. Dalam kajian ini menggunakan metodologi penelitian dengan pendekatan

kualitatif dan didukung data kuantitatif serta teknik analisis adalah deskriptif. Hasil kajian ini menunjukkan bahwa bisnis pos dilaksanakan oleh PT. Pos Indonesia dan perusahaan jasa titipan, perusahaan tersebut telah memanfaatkan teknologi informasi dalam pengembangan bisnis pos, seperti PT. Pos Indonesia telah menggunakan layanan online kiriman uang yang sampai dengan hitungan menit dan layanan trace dan tracking. Selanjutnya perusahaan jasa titipan telah mengembangkan layanan online dengan menggunakan SMS untuk mengecek perjalanan surat. Kendala utama dalam pemanfaatan teknologi informasi adalah biaya yang sangat besar membuat jaringan online dan pengadaan perangkat. Dari sisi pengguna layanan pos, masyarakat sudah menggunakan layanan pos yang berbasis teknologi informasi.

Kata Kunci—Teknologi Informasi, Bisnis Pos

I. LATAR BELAKANG

Perkembangan bisnis saat ini tidak terlepas dari peran penting teknologi informasi. Dengan berkembangnya teknologi informasi, kekuatan informasi dan teknologi informasi dijadikan sebagai alat / tools dalam memenangkan persaingan/ kompetisi bisnis. Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) mencakup dua aspek, yaitu teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Teknologi informasi, meliputi segala hal berkaitan dengan proses, penggunaan sebagai alat bantu, manipulasi, dan pengelolaan informasi. Teknologi komunikasi merupakan segala hal yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke lainnya. Karena itu, teknologi informasi dan teknologi komunikasi adalah suatu padanan yang tidak terpisahkan yang mengandung pengertian luas tentang segala kegiatan yang terkait dengan pemrosesan, manipulasi, pengelolaan, dan transfer/pemindahan informasi antar media.

Teknologi informasi memiliki kekuatan untuk mengembangkan industri dan mentransformasikan bagaimana

bisnis dijalankan. Perusahaan terkemuka telah menggunakan kekuatan tersebut dalam melakukan pemikiran ulang strategi bisnis, proses, dan praktek manajemen. Disamping itu, kekuatan tersebut digunakan pula untuk melakukan penataan perusahaan dan budaya kerja, dengan menata ulang infrastruktur dan portofolio produk, serta yang paling penting adalah mendapatkan hasil usaha yang luas dan berkesinambungan.

Pemerintah selalu mendukung dan mendorong setiap orang dan perusahaan untuk memanfaatkan teknologi informasi dengan ditetapkannya produk hukum berupa Undang-Undang RI. No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik dengan mempertimbangkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi berperan penting dalam perdagangan dan pertumbuhan perekonomian nasional untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Kemudian menurut Undang-Undang tersebut, 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, 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.

Menurut *Oxford English Dictionary* dalam Aji Supriyanto mendefinisikan Teknologi Informasi adalah *hardware* dan *software*, dan bisa termasuk didalamnya jaringan dan telekomunikasi yang biasanya dalam konteks bisnis. Sering nama teknologi informasi merupakan bagian dari kegiatan usaha yang memanfaatkan perangkat elektronik komputer. Jadi pada intinya istilah teknologi informasi merupakan teknologi yang memanfaatkan komputer sebagai perangkat utama untuk mengolah data menjadi informasi yang bermanfaat (Aji Supriyanto, 2005 : 6).

Istilah teknologi informasi memang lebih merujuk pada teknologi yang digunakan dalam menyampaikan maupun mengolah informasi, namun pada dasarnya masih merupakan bagian dari sebuah sistem informasi itu sendiri. Teknologi informasi lebih mudah dipahami secara umum sebagai pengolahan informasi yang berbasis pada teknologi komputer yang saat ini teknologinya terus berkembang sehubungan perkembangan teknologi lain yang dapat dikoneksikan dengan komputer itu sendiri.

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. PT. Pos Indonesia menargetkan pada seluruh kantor pelayanan pos, termasuk kantor pos cabang yang tersebar di berbagai daerah, bisa terhubung secara online. PT. Pos Indonesia memiliki kantor pelayanan pos sebanyak 3.500 kantor, sekitar 3.200 kantor pos sudah terhubung secara online.

Layanan dan produk pos di PT. Pos Indonesia yang telah memanfaatkan teknologi informasi antara lain : 1. Surat Elektronik (Ratron) adalah salah satu layanan berupa layanan pengiriman berita dengan spesifikasi *hybrid* karena dapat diakses pengguna jasa baik melalui Internet berbasis *Web* (sedang dalam proses pembangunan) dan SMS melalui nomor 8161 (saat ini hanya untuk Telkomsel, Flexi dan Indosat) yang kemudian dapat di terima oleh tujuan dalam bentuk Surat maupun Kartu. 2. SMS Pesta adalah layanan SMS dengan saling berbagi pengetahuan dan pengalaman, memberi inspirasi, menyebar semangat, dan menggagas kreativitas setiap jumat pagi. 3. Lacak via SMS adalah melacak kiriman pos baik dalam negeri maupun luar negeri melalui SMS 8161. 4. DuitPos Multiguna adalah produk pos berwujud kartu yang dapat dimanfaatkan untuk menyimpan uang, mengirim uang, dan mengisi ulang pulsa elektronik melalui SMS. 5. PlasaPOS.com merupakan portal internet resmi belanja lewat pos dan berbagai informasi mengenai layanan dan produk pos yang dikelola oleh PT. Pos Indonesia.

Salah satu perusahaan jasa titipan (perjastip) yaitu PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau JNE telah melakukan kegiatan operasional secara *real online connection* dengan memanfaatkan teknologi informasi melalui lebih dari 60 lokasi strategis menghubungkan setiap ibukota propinsi. Pada saat ini pelanggan JNE sudah dapat melihat status pengiriman setiap waktu melalui *website* : www.jne.co.id, demikian pula halnya dengan informasi tentang tariff pengiriman dari dan ke seluruh wilayah serta berbagai layanan JNE. Layanan unggulan dari JNE adalah produk YES (Yakin Esok Sampai) telah juga memanfaatkan teknologi informasi dengan mencantumkan nomor handphone atau e-mail pelanggan, akan mendapatkan status pengiriman secara otomatis di handphone atau e-mail pengguna (<http://www.jne.co.id>).

Oleh karena itu perlu dilakukan kajian yang diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang pemanfaatan teknologi informasi dalam pengembangan bisnis pos.

II. PERMASALAHAN

Dengan adanya perubahan lingkungan dalam negeri, regional, kompetisi pos global, maka visi PT. Pos Indonesia adalah penyedia jasa pos yang berbasis informasi dan bernilai tinggi bagi masyarakat diseluruh nusantara serta dapat berkompetisi dalam industri pos global. Objek yang dipertukarkan melalui media/jasa layanan pos berupa informasi tidak hanya berwujud fisik, tetapi cenderung berwujud virtual yang didalamnya waktu dan ruang merupakan komoditi yang bernilai tinggi bagi konsumen.

Oleh karena itu, dalam era bisnis pos yang berbasis informasi, pemanfaatan teknologi menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan dalam mewujudkan visi perusahaan pemberian jasa berbasis informasi memungkinkan perusahaan dapat mengembangkan data pos sebagai bentuk layanan yang dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan serta menjadi sumber pendapatan baru bagi perusahaan.

Dengan memperhatikan latar belakang tersebut diharapkan kajian ini dapat menghasilkan analisis dan masukan dalam evaluasi pemanfaatan teknologi informasi dalam pengembangan bisnis pos. Secara rinci permasalahan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pemanfaatan teknologi informasi dalam pengembangan bisnis pos di Indonesia?
2. Kendala apa saja yang dihadapi dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk pengembangan bisnis pos?
3. Bagaimanakah manfaat yang diperoleh masyarakat dengan adanya penggunaan teknologi informasi dalam pengembangan bisnis pos di Indonesia?

III. TUJUAN DAN MANFAAT

Tujuan kajian ini adalah untuk mendapatkan gambaran yang lebih rinci mengenai pemanfaatan teknologi informasi dalam mengembangkan bisnis pos di Indonesia.

Manfaat penelitian ini diharapkan menghasilkan rekomendasi dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk mengembangkan bisnis pos di Indonesia.

IV. LANDASAN TEORI

A. Pengertian

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). Selanjutnya definisi teknologi informasi adalah seperangkat alat yang membantu anda bekerja dengan informasi dan melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi (Haag dan Keen, 1996) dan teknologi informasi adalah tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk menyirirkan informasi (Martin, 1999) serta Teknologi informasi adalah teknologi yang menggabungkan komputasi (komputer) dengan jalur komunikasi berkecepatan tinggi yang membawa data, suara dan video (Williams dan Sawyer, 2003) dalam (Abdul Kadir dan Terra, 2003 : 2). Kemudian teknologi

informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi (Undang-Undang RI Tentang ITE, 2008 : 2). Teknologi informasi merupakan kesatuan dari perangkat keras, perangkat lunak, *brainware* (SDM), mekanisme, *procedure*, peraturan, teknik pengolahan, teknologi dan komponen lainnya yang berhubungan dengan proses pengolahan data sampai dengan penyebaran informasi. Secara sederhana, teknologi informasi dapat didefinisikan sebagai suatu teknologi yang berfungsi untuk menghasilkan, menyimpan, mengolah, dan menyebarkan informasi tersebut dengan berbagai bentuk media dan format (*image*, suara, *text*, *motion pictures*, dsb). Jadi definisi tersebut diatas menunjukkan bahwa teknologi informasi baik secara implisit maupun eksplisit tidak sekedar berupa teknologi komputer, tetapi juga mencakup teknologi telekomunikasi atau dengan kata lain teknologi informasi adalah gabungan antara teknologi komputer dan teknologi telekomunikasi.

a. Strategi Sistem Informasi dan Teknologi Informasi

Sistem informasi dan teknologi informasi merupakan saling keterkaitan antara satu dengan yang lainnya, karena sistem informasi merupakan suatu permintaan atau kebutuhan bagi perusahaan. Sedangkan teknologi informasi merupakan suatu penyediaan dari kebutuhan perusahaan. Kedua aspek tersebut haruslah saling berhubungan dengan menentukan bahwa teknologi informasi merupakan sebagai salah satu hal terpenting untuk membangun suatu aplikasi yang dapat beradaptasi dengan cepat sesuai dengan perubahan dinamis perusahaan. Disisi lain sistem informasi dan teknologi informasi memiliki komponen strategis dan taktis. Komponen strategis adalah permasalahan jangka panjang yang perlu diketahui oleh manajemen puncak, sedangkan permasalahan yang berkaitan dengan komponen taktis adalah permasalahan operasional jangka pendek yang biasanya dibutuhkan oleh manajemen menengah dan spesialis. Komponen strategis meliputi pembuatan visi ke depan, tujuan dan kebijakan yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan, sedangkan masalah komponen taktis berhubungan dengan penerapan peraturan dan pembuatan aplikasinya. Komponen strategi bisnis berhubungan dengan pengelolaan dan pengoptimalan keuntungan dimana aplikasi baru akan dibangun sedangkan komponen taktis berhubungan dengan pengelolaan persediaan, pengoptimalan biaya pengembangan dan operasional. Komponen strategis dan komponen taktis harus dikelola secara bersamaan, apabila dikelola sebagian, maka tidak akan diperoleh keuntungan bisnis.

Secara garis besar strategi sistem informasi dan teknologi informasi sebagai berikut :

1. Strategi Sistem Informasi menentukan kebutuhan informasi dan sistem untuk bisnis dan komponen fungsionalnya. Strategi sistem informasi menggambarkan sistem informasi apa yang dibutuhkan oleh bisnis untuk memperkirakan waktu yang akan datang berdasarkan suatu analisis bisnis, lingkungan bisnis dan strategi bisnis. Tujuannya adalah untuk menentukan kebutuhan terhadap aplikasi sistem informasi maupun teknologi informasi yang berkaitan erat dengan perencanaan bisnis dan masalahnya. Kebutuhan akan berubah sesuai dengan waktu dan permintaan harus diperbaharui terus menerus,

ditinjau dan diprioritaskan berdasarkan kepentingan bisnis.

2. Strategi Teknologi Informasi menentukan bagaimana kebutuhan berdasarkan prioritas dalam strategi sistem informasi dan teknologi informasi yang mengembangkan dan mengoperasikan aplikasi saat ini dan yang akan datang. Hal ini meliputi ketetapan bagaimana aplikasi akan dihasilkan dan bagaimana sumber daya teknologi dan spesialisasi akan diperoleh, digunakan, diatur dan dikelola untuk mendukung tercapainya kebutuhan bisnis (Hastha Dewa Putranta, 2004 : 9).

b. Teori Uses and Gratifications

Teori ini umumnya digunakan untuk penelitian di bidang komunikasi, khususnya pada komunikasi massa yang melibatkan surat kabar/koran, majalah, radio, televisi analog dsb. Saat ini lingkungan media sedang berubah dengan cepat, akibat pengaruh teknologi informasi muncul bentuk perubahan yang terjadi pada lingkungan media, terdapat istilah multimedia atau internet dengan fitur email, *newsgroups and mailing list* dan *world wide web*, sehingga komunikasi semakin luas cakupannya dan beragam. Kendati hasilnya bermacam-macam, *teori uses and gratifications* dapat memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman seiring dengan semakin jauhnya bergeser ke zaman digital dan para pengguna media dihadapkan dengan lebih banyak pilihan (Werner J. Severin & James W. Tankard Jr., 2008 : 364).

Asumsi yang melandasi teori manfaat dan gratifikasi, ialah :
 1). Penggunaan media diarahkan untuk mencapai tujuan. Kita menggunakan media massa untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan tertentu yang berkembang dalam lingkungan sosial kita.
 2). Khalayak memilih jenis-jenis media dan isi media untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Dengan demikian, khalayak memegang inisiatif dalam proses komunikasi massa dan kita dapat "menaklukkan" media terhadap kebutuhan-kebutuhan kita lebih mudah daripada yang dapat dilakukan media menguasai kita.
 3). Terdapat sumber-sumber pemuasan kebutuhan selain media dan media massa harus bersaing dengannya. Sumber-sumber itu misalnya, keluarga, teman-teman, komunikasi antar-personal, aktivitas-aktivitas santai, tidur dan nonton.
 4). Khalayak sadar akan kebutuhan-kebutuhannya itu dan dapat menyatakan kebutuhan-kebutuhannya itu bila ditanya. Juga mereka sadar akan alasan-alasan menggunakan media. (Tan, 1981 : 298).

V. METODOLOGI PENELITIAN

A. Sumber Data

Penelitian ini dengan menggunakan sumber data sekunder dari literatur-literatur yang terkait dengan teknologi informasi dan perposan. Kemudian sumber data primer dilakukan dengan 2 cara : 1. Wawancara kepada pimpinan PT. Pos Indonesia dan Perusahaan Jasa Titipan, yang diwakili oleh PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dengan pendekatan kualitatif dan 2. Memberikan kuesioner kepada masyarakat/pengguna layanan pos dengan pendekatan kuantitatif di 4 kota : Jakarta, Bandung, Yogyakarta dan Batam. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2005 : 4) menjelaskan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati,

diarahkan secara utuh (holistik). dan selanjutnya penelitian ini didukung juga dengan penelitian kuantitatif dengan maksud untuk mengetahui persepsi responden.

B. Populasi dan Sampel

Populasi untuk penelitian terdiri dari PT. Pos Indonesia, Perusahaan Jasa Titipan (Perjastip) dan masyarakat di 4 (empat) wilayah di Indonesia dengan unit analisis perorangan.

Sampel untuk PT. Pos Indonesia dan Perjastip (PT.) ditujukan salah satu pimpinan sebagai informan, dan perorangan dipilih secara *purposive sampling*. *Purposive sampling* yakni pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut pautnya dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Rosady Ruslan, 2007 : 157). Penentuan sampel sebanyak 60 responden untuk masyarakat di setiap daerah, sehingga jumlah sampel yang dikumpulkan sebanyak 4 wilayah x 60 responden = 240 responden. Pertimbangan pemilihan sampel ini untuk mengetahui penggunaan layanan pos yang berbasis teknologi informasi pada masyarakat. Dengan *margin of error* sebesar 5%, sehingga tingkat kepercayaan yang dapat dipergunakan dalam perhitungan jumlah sampel adalah 95% dari sampel masyarakat.

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data studi ini terdiri dari data primer dan data sekunder, yaitu :

1. Pengumpulan data sekunder berupa peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan teknologi informasi. Dalam mengumpulkan data sekunder dilakukan metode studi kepustakaan, berupa perundang-undangan tentang teknologi informasi dan perposan serta data-data dari internet. Selanjutnya didukung dengan teori teknologi informasi.
2. Pengumpulan data primer yaitu melakukan penelitian lapangan dengan maksud untuk mendapatkan data dan informasi dari keadaan sebenarnya atau langsung dari obyek yang diteliti sehingga data dan informasi diyakini kebenarannya. Data primer dilakukan dengan menggunakan wawancara kepada informan dan pengamatan, serta didukung dengan data yang didapat dari memberikan beberapa pertanyaan tertutup tertulis kepada responden.

D. Teknik Analisis Data

Kajian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

VI. GAMBARAN UMUM

A. Regulasi

Regulasi yang menjadi dasar dalam kajian ini mencakup 2 bidang, yaitu bidang teknologi informasi dan bidang pos, antara lain :

1) Regulasi bidang Teknologi Informasi

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi elektronik yang merupakan dasar hukum tentang pemanfaatan teknologi informasi yang dinyatakan dalam asas dan tujuan melalui pasal 3 berbunyi pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian,

iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi. “Asas kepastian hukum”, berarti landasan hukum bagi pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik serta segala sesuatu yang mendukung penyelenggaraannya yang mendapatkan pengakuan hukum di dalam dan di luar pengadilan; “asas manfaat”, berarti asas bagi pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik diupayakan untuk mendukung proses berinformasi sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, “asas kehati-hatian”, berarti landasan bagi pihak yang bersangkutan harus memperhatikan segenap aspek yang berpotensi mendatangkan kerugian, baik bagi dirinya maupun bagi pihak lain dalam pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik, “asas iktikad baik”, berarti asas yang digunakan para pihak dalam melakukan transaksi elektronik tidak bertujuan untuk secara sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakibatkan kerugian bagi pihak lain tanpa sepengetahuan pihak lain tersebut, dan “asas kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi”, berarti asas pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik tidak terfokus pada penggunaan teknologi tertentu sehingga dapat mengikuti perkembangan pada masa yang akan datang. Sedangkan pasal 4 berbunyi pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk : a. mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia; b. Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat; c. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik; d. Membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab, dan e. Memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara teknologi informasi.

a. Regulasi Bidang Pos

Dasar hukum bagi penyelenggaraan perposan, baik PT. Pos Indonesia sebagai BUMN maupun perusahaan jasa titipan (Perjastip) sebagai BUMS mengacu pada Undang-Undang RI Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos. Dengan pertimbangan bahwa pos merupakan sarana komunikasi dan informasi yang mempunyai peran penting dan strategis dalam mendukung pelaksanaan pembangunan, mendukung persatuan dan kesatuan, mencerdaskan kehidupan bangsa, mendukung kegiatan ekonomi, serta meningkatkan hubungan antar bangsa.

Sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pengertian surat saat ini beraneka ragam, selain surat tradisional (fisik) juga surat elektronik, faksimile, surat hibrida.

Penyelenggara pos dapat melakukan layanan komunikasi tertulis dan/atau surat elektronik yang merupakan kegiatan pengumpulan, pemrosesan, pengangkutan, dan penyampaian informasi berupa surat, warkat pos, kartu pos, barang cetakan, dokumen dan/atau sekogram. Surat elektronik (*electronic mail*) ialah layanan surat yang proses penyampaiannya kepada penyelenggara pos melalui elektronik atau berupa *soft copy* untuk disampaikan secara fisik kepada individu atau badan dengan alamat tertentu.

B. Keselarasan Teknologi Informasi dan Bisnis

Kebersamaan dalam kepemimpinan dan akuntabilitas menjadi penggerak penyelaras teknologi informasi dengan bisnis. Dengan terciptanya keselarasan teknologi informasi dan bisnis, berbagai perusahaan akan mendapatkan manfaat dari teknologi informasi. Untuk melakukan implementasi penyelaras teknologi informasi dengan bisnis secara efektif, dibutuhkan integrasi antara 3 (tiga) komponen organisasi, adalah sebagai berikut : 1. Tim Strategi teknologi Informasi, adalah tim yang terdiri dari para ahli teknologi informasi yang kompeten. Pada umumnya, memiliki latar belakang konsultan, bisnis dan teknologi informasi. Bekerja di lingkungan teknologi informasi, ahli strategi teknologi informasi adalah pemimpin bisnis di mana focus utamanya pada hasil bisnis. Tim strategi berfungsi sebagai fasilitator teknologi informasi dalam bisnis; 2. Tim yang memproses penyelaras unit bisnis, adalah dimiliki dan difasilitasi oleh tim strategi teknologi informasi, dimana tim bermitra dengan para pimpinan setiap unit bisnis; dan 3. *Steering committee* teknologi informasi, adalah tim mempunyai peran yang strategis dalam kepemimpinan dan tata kelola teknologi informasi. Tim bisa menjadi forum ideal bagi para pemimpin teknologi informasi untuk membantu mencapai tujuan utama dalam penerapan ataupun manajemen teknologi informasi.

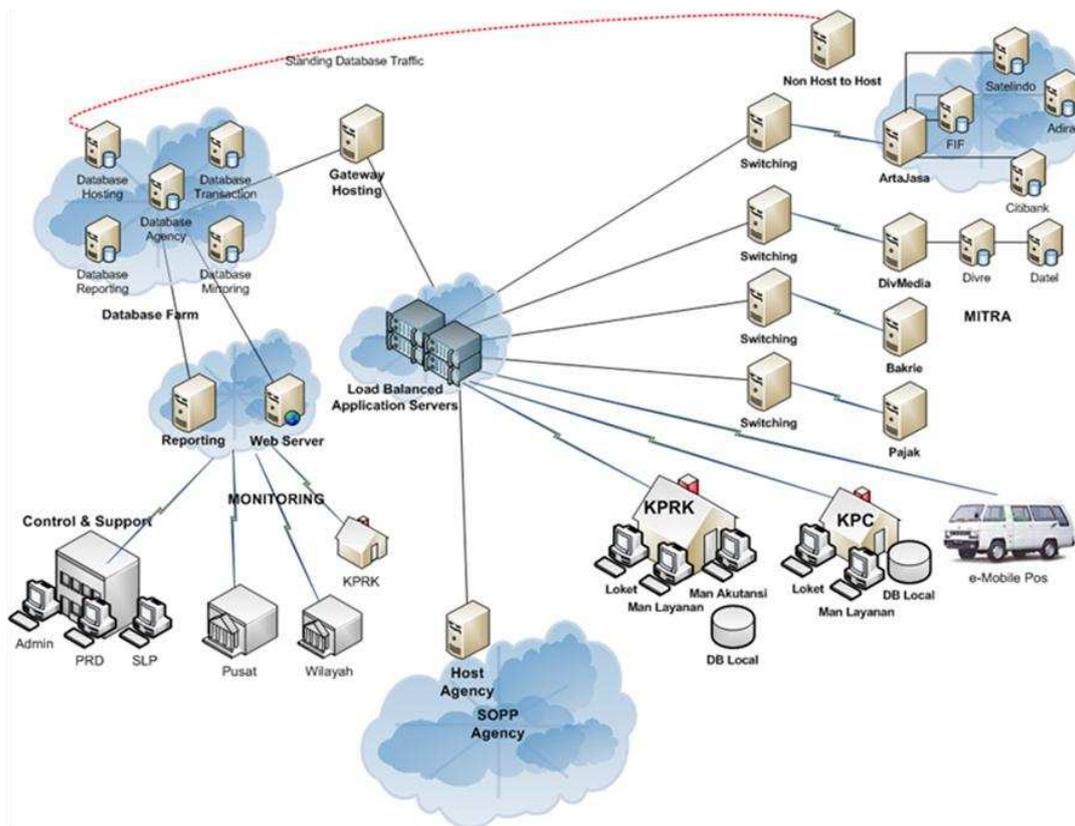
C. Kebutuhan Teknologi Informasi dari aspek Ekonomi

Persaingan globalisasi mendorong perusahaan pos mencari cara untuk mengurangi biaya, peningkatan produktivitas, dan memperbaiki pelayanan kepada konsumen melalui perubahan dalam setiap proses bisnis yang dilakukan. Era digitalisasi mengakibatkan perusahaan dihadapkan pada lingkungan jaringan global untuk melakukan transformasi menjadi *electronic business (e-business)* dengan memperkenalkan sistem berbasis web dan aplikasi *electronic commerce (e-commerce)* pada semua kegiatan operasional perusahaan. Dalam *e-commerce*, semua transaksi bisnis dilakukan berbasis elektronik melalui internet dan jaringan komputer. Jaringan komputer ini membantu perusahaan untuk bertahan dan memenangkan persaingan serta mencapai tujuan perusahaan, yaitu memperbaiki produktivitas, menurunkan biaya produksi, memperbaiki pengambilan keputusan, meningkatkan hubungan dengan konsumen dan mengembangkan aplikasi baru.

Perencanaan bisnis dalam era digitalisasi ekonomi sangat dinamis dan kompleks, sehingga dalam pengambilan keputusan bisnis diperlukan perubahan stimulasi model. Kondisi ini memerlukan perbaikan efisiensi operasional untuk meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis secara menyeluruh. Tekanan bisnis tidak hanya dari sisi permintaan konsumen yang tidak dapat diantisipasi dan kemajuan pesat teknologi informasi, tetapi juga disebabkan oleh peningkatan kompetisi produk/jasa lokal dan asing, pengenalan produk/jasa pesaing yang mengakibatkan makin pendeknya siklus hidup produk/jasa (Browne dalam ellitan, 2007 : 142).

D. Peranan Teknologi Informasi

Peranan teknologi informasi pada masa sekarang tidak hanya dipergunakan bagi organisasi atau perusahaan, melainkan juga untuk kebutuhan perseorangan. Bagi organisasi atau perusahaan, pemanfaatan teknologi informasi dapat memberikan keunggulan kompetitif, sedangkan bagi



Gambar 1. Arsitektur SOPP (Sumber: PT. Pos Indonesia)

perseorangan, teknologi informasi dapat mendukung pencapaian keunggulan pribadi. Teknologi informasi dapat dikatakan telah diimplementasikan di segala bidang dan ke berbagai lapisan masyarakat. Dengan kemampuan teknologi informasi, seseorang dapat memperoleh informasi melalui internet dengan menggunakan *handphone*, saat ini seseorang terbiasa menggunakan surat elektronik atau *e-mail*. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, peran teknologi informasi semakin luas diberbagai bidang kegiatan, antara lain : 1. Bidang Perbankan, teknologi informasi memberikan manfaat didunia perbankan, misalnya adanya sistem online dalam sistem pengiriman uang, hadirnya mesin-mesin ATM (*Automatic Teller Machine*) dsb., 2. Bidang Pendidikan, murid dan mahasiswa dapat mempelajari materi tertentu secara mandiri dengan menggunakan komputer yang dilengkapi program berbasis multimedia, 3. Bidang Kesehatan, teknologi informasi juga diterapkan pada peralatan-peralatan medis, misalnya pada CT scan (*Computer Tomography*) adalah peralatan yang mampu memotret bagian dalam dari seseorang tanpa dilakukan pembedahan, 4. Bidang Kepolisian, pemanfaatan teknologi informasi untuk membuat SIM (surat izin mengemudi), 5. Bidang Perdagangan Elektronik, lebih dikenal dengan *e-commerce*, yaitu model perdagangan melalui internet dan 6. Perancangan Produk, membuat rancangan kapal dengan *software* CAD-CAM bernama *foran* dan membuat rancangan rumah dengan *software* 3D *home architect* (Abdul Kadir & Terra, 2003 : 22).

VII. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penyelenggara Bisnis Pos

1) PT. Pos Indonesia

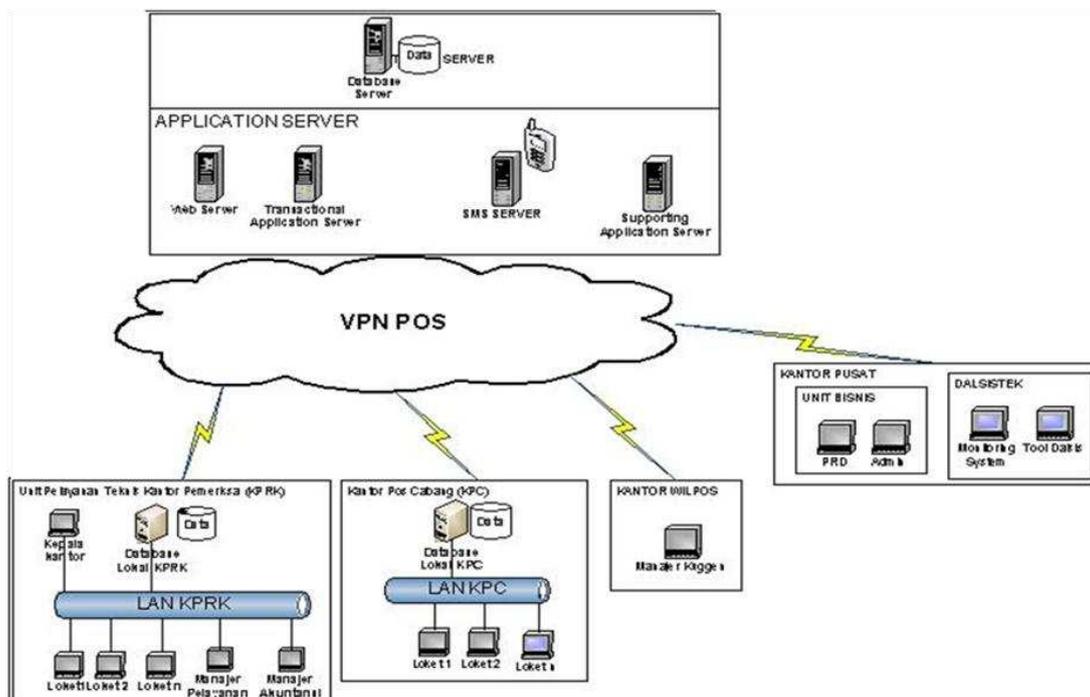
Komitmen pimpinan PT. Pos Indonesia dalam pemanfaatan teknologi informasi semakin genjar untuk memberikan percepatan dan ketepatan dalam pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Oleh karena itu PT. Pos Indonesia melakukan restrukturisasi organisasi dan manajemen, salah satunya menempatkan bidang teknologi informasi sebagai unit kerja yang penting dalam kegiatan operasional perusahaan. Salah satu unit kerja pada Struktur organisasi PT. Pos Indonesia adalah Direktorat Bisnis komunikasi yang dipimpin oleh seorang Direktur yang bertanggung jawab dalam pemanfaatan teknologi informasi dalam pengembangan bisnis pos.

Jaringan Teknologi Informasi PT. Pos Indonesia adalah sebagai berikut :

a. Jaringan Arsitektur SOPP

System 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. Pengguna SOPP tidak dikenakan biaya apapun dalam melakukan kegiatan ini.

Dengan pemanfaatan teknologi ICT telah mengubah lalu lintas uang dalam dan luar negeri dalam hitungan detik. ICT 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. BUMN lain yang telah menggandeng Pos Indonesia yakni BRI, Bank Mandiri, Jamsostek, PLN, PT Kereta Api,



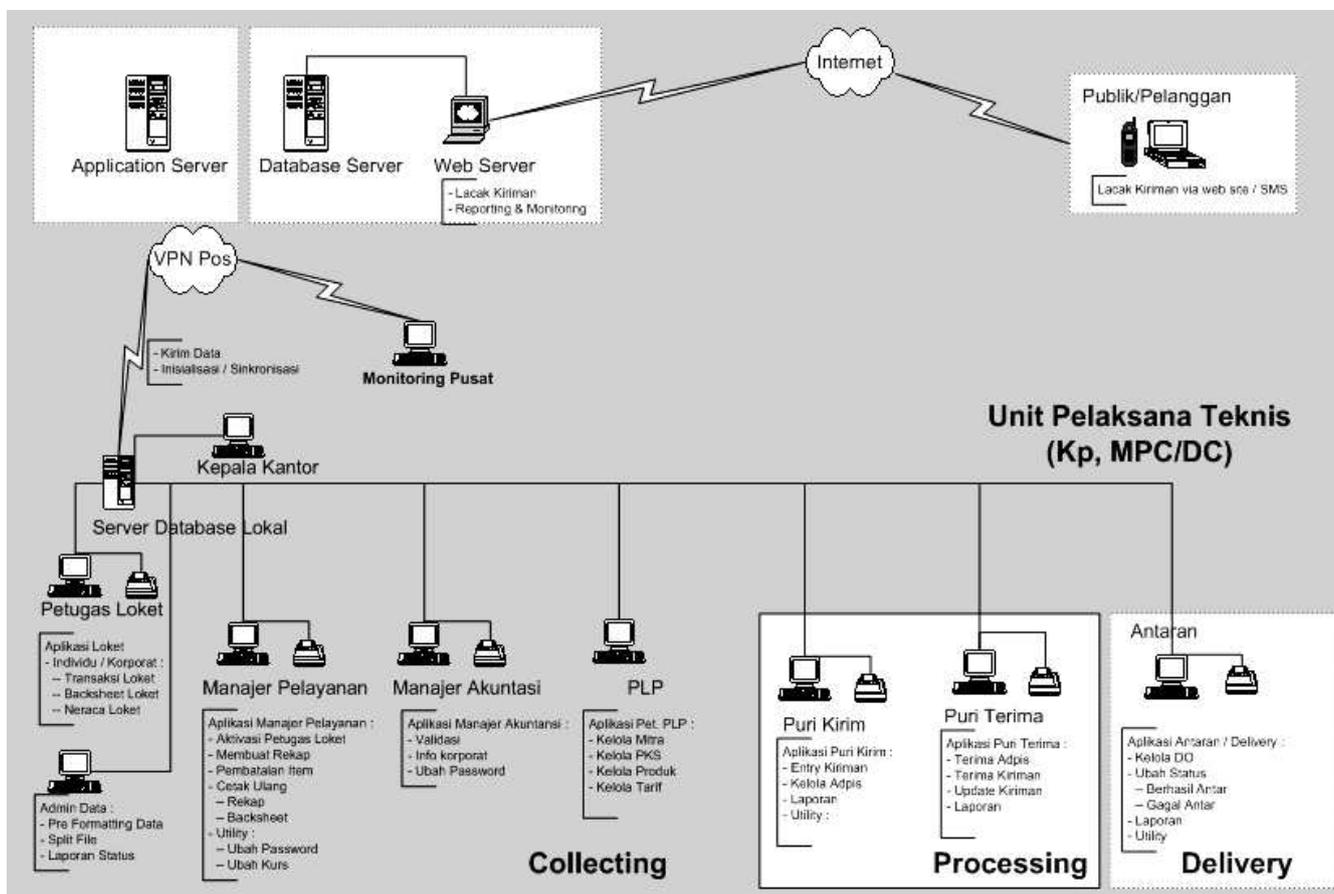
Gambar 2. Jaringan Remittance Service & GIROPOS (Sumber: PT. Pos Indonesia)

Perusahaan Percetakan Negara, dan BUMN lainnya. Oleh karena itu untuk mengetahui jaringan SOPP dapat dilihat pada Gambar 1.

b. Jaringan Remittance Service & GIROPOS

Weselpos Instan (*remittance*) dan giropos merupakan solusi untuk pengiriman uang secara cepat dan aman karena penerima dilengkapi dengan PIN dan dapat diambil diseluruh

Kantor Pos serta hanya dalam hitungan detik baik untuk keperluan bisnis maupun non bisnis dengan tarif Rp. 22.000,-/transaksi dengan maksimal uang Rp. 25 juta (termasuk Ppn 10%) dengan jangkauan layanan terbatas untuk kantor pos dalam jaringan (200 kantor pos) di seluruh Indonesia. Jaringan *remittance service* dan giropos dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 3. Jaringan Integrated Point of services (IPOS) (Sumber: PT. Pos Indonesia)

c. Jaringan Integrated Point Of Services (IPOS)

Pos Indonesia mengembangkan sistem hibrida yang disebut i-POS (*Integrated Point of Service*) akan mempermudah pelacakan status dokumen yang terkirim maupun tidak. Melalui sistem ini bisa diperoleh data selama 12 bulan terakhir dan secara efisien dapat melaporkan aktivitas pengiriman berkala yang disesuaikan dengan kebutuhan operasional melalui perbaikan tingkat layanan maksimal 3 hari untuk wilayah Jabodetabek, 5 hari untuk wilayah Jawa dan 7 hari untuk luar Jawa. Jaringan IPOS dapat dilihat pada Gambar 3.

d. Pemanfaatan Teknologi Informasi

Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat, telah membuat pimpinan dan segenap karyawan PT. Pos Indonesia bertekad kuat untuk mengembangkan bisnis intinya dengan memanfaatkan teknologi informasi. Hal ini dapat dilihat PT. Pos Indonesia memiliki 7 (tujuh) *website*, yaitu :

1. <http://www.posindonesia.co.id>, suatu media informasi secara keseluruhan tentang PT. Pos Indonesia,
2. <http://www.plasapos.com>, suatu media informasi layanan e-business,
3. <http://www.express.posindonesia.co.id>, website unit bisnis express
4. <http://www.ems.posindonesia.co.id>, website tentang EMS milik unit pos internasional
5. <http://www.admail.posindonesia.co.id>, website unit bisnis admail pos
6. <http://www.logisticspos.co.id>, website unit bisnis total logistik
7. <http://www.properti.posindonesia.co.id>, media informasi tentang properti milik PT. Pos Indonesia

Website tersebut diatas, dapat dilihat produk-produk jasa pos yang dikembangkan melalui teknologi informasi, antara lain :

1. **DuitPOS Multiguna** adalah produk pos berwujud kartu yang dapat dimanfaatkan untuk menyimpan uang, mengirim uang, dan mengisi ulang pulsa elektronik melalui SMS. Layanan DuitPOS Multiguna menggabungkan pemanfaatan teknologi informasi guna menjawab dinamisnya kebutuhan masyarakat. DuitPOS Multiguna dibangun dengan memanfaatkan teknologi seluler berbasis SMS. Hal ini sekaligus sebagai solusi keterbatasan yang dihadapi masyarakat, seperti tidak adanya akses perbankan karena keterbatasan geografis dan financial. Namun di sisi lain pengguna telepon genggam tumbuh dengan pesatnya. Dengan memanfaatkan teknologi seluler. Saat ini terdiri dari 2 fitur utama, yaitu untuk pengiriman uang dan isi ulang pulsa elektronik. Di samping itu dapat juga digunakan untuk menyimpan uang dengan memanfaatkan fitur SMS dari telepon selulernya pelanggan, yaitu: 1. Daftar rekening: untuk memperoleh password dan nomor rekening, 2. Isi rekening: untuk mengisi rekening. Setelah itu, Anda dapat menggunakan DuitPOS Multiguna untuk: 1. Transfer duit: untuk mengirim uang kepada orang lain, 2. Ambil duit: dengan cara menguangkan ke diri sendiri (transfer untuk diri sendiri), 3. Isi pulsa: mengisi pulsa multi operator untuk diri sendiri atau orang lain, 4. Cek saldo: untuk melihat jumlah saldo

uang yang tersedia dan 5. Ganti password: untuk mengganti password pelanggan sesuai keinginan. Nilai nominal DuitPOS Multiguna tersedia dalam 2 nominal : 1. Pecahan nilai Rp 100.000,- dengan harga jual Rp.105.000,-. 2. Pecahan nilai Rp 50.000,- dengan harga jual Rp.55.000,-. Harga jual sudah termasuk biaya proses serta pajak.



Gambar 4. DuitPos Multiguna (Sumber: PT. Pos Indonesia)

2. **Admailpos** adalah unit bisnis di bawah organisasi bisnis PT Pos Indonesia yang didedikasikan untuk fokus menangani pelanggan korporat. Admailpos hadir dengan konsep layanan yang terintegrasi (*Integrated Services*), mulai dari pencetakan dokumen, insersi brosur/pengamplopan dan pengantaran dokumen kepada si alamat serta pelaporan status hasil antaran secara elektronik. Konsep layanan yang teritegrasi ini akan memudahkan pelanggan dalam menata bisnis, sehingga dapat membantu pelanggan untuk lebih fokus pada *Core Bisnis* masing-masing, sedangkan mailing dokumen termasuk penyediaan bahan baku (kertas dan amplop) akan kami tangani secara baik melalui konsep "*One Stop Services*". Kemampuan untuk memberikan layanan yang teritengrasi ini didukung oleh kekuatan infrastruktur produksi terkini dan jaringan pelayanan yang tersebar secara Nasional. Dikhususkan untuk melayani kebutuhan mailing dengan volume besar (*Large Mail Operation*) (<http://www.posindonesia.co.id/home/index.php>).
3. **Surat Elektronik** (Ratron) adalah salah satu layanan berupa layanan pengiriman berita dengan spesifikasi hybrid karena dapat diakses pengguna jasa baik melalui Internet berbasis Web (sedang dalam proses pembangunan) dan *Short Message Service* (SMS) melalui nomor 8161 (saat ini hanya untuk Telkomsel, Flexi dan Indosat) yang kemudian dapat di terima oleh tujuan dalam bentuk Surat maupun Kartu. Ratron memiliki desain baku yang dapat digunakan untuk menyampaikan ucapan hari besar keagamaan dan hari-hari istimewa lainnya seperti; Selamat Lebaran Idul Fitri, Selamat Natal, Selamat Tahun Baru, Selamat Imlek, Selamat Valentine, Galungan dan ucapan. Selamat Sukses, Selamat Ulah dan Selamat Berbahagia yang dirancang sesuai selera dan kebutuhan pengguna. Sehingga dengan cara mengetikan beberapa perintah melalui telepon seluler dan mengirimkan SMS maupun mengakses web Ratron, pengguna jasa sudah dapat mengirimkan surat/kartu ucapan kepada sanak keluarga, handai taulan, sahabat dan rekannya di seluruh Indonesia.

Cara pengirimannya sangat mudah, cukup mengetikkan pesan dengan kode sebagai berikut : Jenis ucapan, nama pengirim, alamat pengirim, nama penerima dan alamat penerima.

KIRIM KARTU LEBARAN
SEMUDAH KIRIM SMS
 (Khusus pengguna TELKOMSEL)

KIRIM SMS TERIMA KARTU LEBARAN 8161

TARIF
 Rp 3.000,-
 (Exclude PPN)
 Per SMS

Caranya, ketik :
LEBARAN<spasi>DARI< bintang>NAMA PENGIRIM
<bintang>ALAMAT PENGIRIM<bintang>KOTA
<spasi>KE<bintang>NAMA PENERIMA<bintang>
ALAMAT PENERIMA<bintang>KOTA

Contoh :
LEBARAN DARI*WIRA YUDA*Jl. Gd. Kesenian No. 2
***Jakarta 10710 KE*AISYAH*Pondok Suka Hati Indah**
Blok B No.44*Cibinong 16900

Kirim ke 8161

<http://www.plasapos.com>

Gambar 5. Ratron Lebaran (Sumber: PT. Pos Indonesia)

4. **SMS-PESTA** adalah penyebaran SMS teralamat, berupa pengiriman SMS dari pengirim tertentu kepada komunitas penerima atau alamat nomor handphone tertentu. SMS PESTA sangat efektif dalam penyampaian ucapan, pesan, informasi, penawaran, maupun kampanye karena personalisasinya (pengirim dikenal) serta instan (cepat dan kapan saja). Efisien karena pengiriman SMS kepada ribuan bahkan jutaan penerima secara bulk (gelondongan), dilakukan hanya dengan beberapa langkah (melalui sistem aplikasi). Contoh penggunaan SMS PESTA adalah Seorang direktur di suatu perusahaan ingin mengirim pesan kepada 1.000 orang karyawannya untuk selalu bekerja dengan jujur, disiplin dan sebagainya, atau ingin menginformasikan kepada seluruh karyawannya mengenai kerjasama bisnis yang dilakukan oleh

perusahaan dengan mitra kerjanya. Contoh lainnya seorang calon bupati atau calon gubernur melakukan kampanye kepada masyarakat calon pemilihnya dengan cara mengirimkan pesan kampanyenya kepada para pendukungnya.

Jumlah SMS yang dapat dikirim Bebas. Tidak ada batasan jumlah minimal penerima. Tetapi mohon untuk diingat bahwa karena SMS PESTA adalah pengiriman SMS secara bulk (gelondongan), maka semakin banyak jumlah SMS yang dikirim maka harganya akan semakin murah.

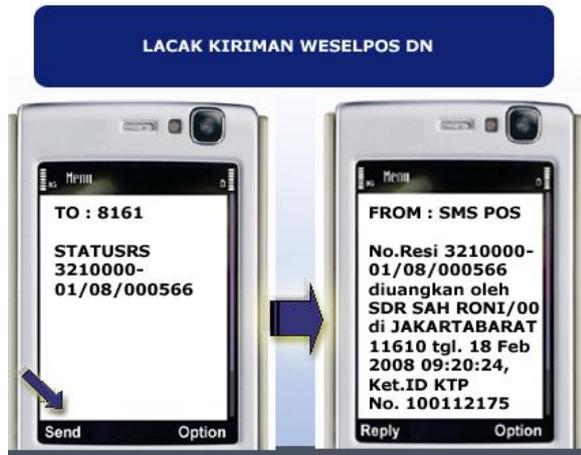
Cara pemrosesan SMS PESTA adalah SMS PESTA dikirim dengan menggunakan sistem khusus yang disediakan. SMS PESTA dengan personalisasi pengirim diprogram khusus dengan seleksi ketat oleh operator seluler. Artinya pembuatan nama contoh Kawilpos XI atau Bupati Biak dilakukan selektif mungkin agar informasi pengirim benar-benar valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Mengingat pesan yang disampaikan bersifat penting, maka kebenarannya juga harus terjamin. Nomor handphone penerima SMS sebelumnya juga harus sudah terdaftar di sistem dengan teralamat, sehingga tujuan SMS efektif atau mencapai sasaran dan efisien atau menggunakan aplikasi dan dilakukan dalam sekali proses kirim.

Tarif SMS PESTA berkisar antara Rp 500 hingga Rp 800 per SMS. Tarif tersebut sudah termasuk biaya registrasi Sender ID, *preformatting* data, *reporting* status kiriman, dan PPN 10%. Tarif ini tergolong murah karena sudah termasuk registrasi Sender ID.

SMS PESTA merupakan layanan Pos yang merupakan representasi layanan komunikasi yang pernah ada, yaitu surat PESTA. Seiring dengan perkembangan dan kemajuan Teknologi Informasi, maka SMS PESTA merupakan "revitalisasi" surat konvensional. Dengan memiliki *short number* 8161, PT Pos Indonesia melalui *Probis E-Business* yang bertindak sebagai *Content Provider* dapat menjalankan layanan surat atau komunikasi dengan Jasnita (Jasa Nilai Tambah) atau *Value Added Service* (VAS) berbasis Teknologi Informasi.

5. **Lacak Kiriman Pos dan Kodepos Via SMS**, merupakan suatu layanan dari PT. Pos Indonesia dengan menggunakan kemajuan teknologi informasi untuk memberikan kepuasan kepada pengguna jasa pos. Layanan ini untuk melacak kiriman pos yang digunakan masyarakat, untuk mengetahui kodepos alamat tinggal, ingin mengetahui alamat kantorpos dengan menggunakan layanan SMS-Pos 8161. Lacak kiriman pos berupa kilat khusus, *pos express* dan paketpos caranya ketik ipos<spasi>nomor resi kirim ke 8161, contoh ipos m13104114561d, maka akan dijawab oleh SMS-pos adalah nomor kiriman m13104114561d, arnis ginting, lacak kiriman pos luar negeri berupa EMS, *registered letter* dan paketpos luar negeri, caranya ketik status<spasi>nomor resi kirim ke 8161, contoh status em000787004ro dijawab SMS-Pos : number : ee122220859 idstatus : *final delivery position* : ireland date : 28 jan 2008, lacak kiriman wesepos dalam negeri, ketik status<spasi>nomor resi kirim ke 8161,

contoh : statusrs 3210000-01/08/000566 dijawab SMS-Pos : no.resi 3210000-01/08/000566 diuangkan oleh sdr sah roni/00 di jakarta barat 11610 tgl. 18 feb 2008 09:20:24, ket.id ktp no.100112175 dan lacak kodepos dalam negeri, ketik kodepos<spasi>kec/kel<spasi>nama kecamatan/nama kelurah-an kirim ke 8161, contoh : kodepos kec pancoranmas, dijawab SMS-Pos : depok 16431, 16432, 16433 dst. serta lacak info alamat kantor pos ketik ktrpos<spasi>namakota/ nopend kirim ke 8161, contoh : ktrpos solo, dijawab SMS-Pos : kantor pos solo 57100 jl. jend. sudirman no.8 telp. 0271-647214. Lacak layanan pos saat ini baru dapat menggunakan operator Telkomsel dan flexi dengan tarif Rp.550,-/sms.



ketik : STATUSRS<spasi>nomor resi KIRIM KE 8161

Gambar 5. Lacak Kiriman WeselPos Dalam Negeri (Sumber: PT. Pos Indonesia)

2) PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)

JNE adalah salah satu perusahaan jasa titipan yang didirikan pada tahun 1990. Sejak berdirinya telah menerapkan teknologi informasi dengan *finacial system* dalam bentuk *software* dan *office application*. Artinya JNE sangat komitmen penerapan teknologi informasi dalam meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan/customer dan meningkatkan produktifitas dalam bentuk kecepatan dan ketepatan.

Semakin meningkatnya perkembangan teknologi informasi, JNE telah mampu menggunakan teknologi informasi, antara lain : telco : *pabx system*, telepon, fax, *handphone*, *Voip gateway* dan *gatekeeper (voip server)*, *e-mail server (ms. exchange server)*, *corporate JNE web.*, *internet* dan *intranet*, *WAN (vpn & po)*, *LAN layer 3 backbone*, *wireless LAN (WIFI)*, *Proxy & firewall*, *VPN gateway (VPN Instan Telkom & Cisco Client)* dll.

Penggunaan teknologi informasi dalam layanan pos tersebut, telah memberikan pertumbuhan sekitar 20% per

tahun terhadap produk pos/jasa pos dan yang membuka website JNE sekitar 70.000 pengunjung per bulan.

B. Tanggapan Pengguna Layanan Pos

Pengumpulan data primer untuk masyarakat pengguna layanan pos telah dilaksanakan di 4 (empat) lokasi daerah yaitu Jakarta, Bandung, Yogyakarta dan Batam dengan maksud pemanfaatan teknologi informasi pada penyelenggara perposan seperti di PT. Pos Indonesia dan Perjastip memberikan pengaruh manfaat pada masyarakat pengguna layanan pos atau tidak bermanfaat. Data primer yang terkumpul adalah sebagai berikut:

1) Identitas Masyarakat Pengguna

a. Jenis Kelamin

Hasil survey mengatakan jenis kelamin pengguna layanan pos sebagian besar berjenis kelamin laki-laki sebesar 60% dan jenis kelamin perempuan sebesar 40%, lebih jelas dapat dilihat pada tabel 1, di bawah ini :

TABEL 1. JENIS KELAMIN

Uraian		Laki	Perempuan	Total
Jakarta	Jml	32	28	60
	%	53	47	100
Bandung	Jml	43	17	60
	%	72	28	100
Yogyakarta	Jml	32	28	60
	%	53	47	100
Batam	Jml	38	22	60
	%	63	37	100
Total	Jml	145	95	240
	%	60	40	100

Sumber : Diolah dari data survey

b. Usia

Hasil pengumpulan data terhadap usia pengguna layanan pos adalah sebagian besar berusia antara 21-30 tahun sebesar 37%, sedangkan sebagaian kecil usia diatas 61 tahun sebesar 3%, secara rinci dapat dilihat pada tabel 2. Di bawah ini:

TABEL 2. USIA

No.	Uraian	Jakarta		Bandung		Yogyakarta		Batam		Total	
		Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1.	Di bawah 20 tahun	15	25	6	10	10	17	3	5	34	14
2.	21 - 30 tahun	25	42	9	15	40	67	16	27	90	37
3.	31 - 40 tahun	10	16	15	25	8	13	27	45	60	25
4.	41 - 50 tahun	7	12	18	30	2	3	6	10	33	14
5.	51 – 60 tahun	3	5	12	20	-	-	2	3	17	7
6.	Di atas 61 tahun	-	-	-	-	-	-	6	10	6	3
	Total	60	100	60	100	60	100	60	100	240	100

Sumber: Diolah dari data survey

c. Pendidikan

Hasil survey mengatakan pendidikan pengguna layanan pos sebagian besar pendidikan SMU sebesar 43% dan sebagian kecil berpendidikan SD sebesar 5%, lebih jelas dapat dilihat pada tabel 3.

TABEL. 3. PENDIDIKAN

No.	Uraian	Jakarta		Bandung		Yogyakarta		Batam		Total	
		Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1.	Tidak sekolah	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.	Setingkat SD	3	5	2	3	-	-	7	12	12	5
3.	Setingkat SLTP	11	18	13	22	-	-	15	25	39	16
4.	Setingkat SMU	36	60	24	40	25	41	19	32	104	43
5.	Setingkat D3	4	7	6	10	16	27	8	13	34	14
6.	Setingkat S1	5	8	13	22	12	20	2	3	32	13
7.	Setingkat S2	1	2	2	3	7	12	9	15	19	8
	Total	60	100	60	100	60	100	60	100	240	100

Sumber: Diolah dari data survey

d. Pekerjaan

Hasil pengumpulan data mengatakan pengguna layanan pos pekerjaannya sebagian besar karyawan swasta dengan

nilai 30%, sedangkan sebagian kecil pekerjaannya adalah karyawan BUMN sebesar 10%, lebih jelas dapat dilihat pada table 4.

TABEL.4. PEKERJAAN

No.	Uraian	Jakarta		Bandung		Yogyakarta		Batam		Total	
		Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1.	Karyawan Swasta	27	45	6	10	22	37	18	30	73	30
2.	Polri/ TNI/ PNS	3	5	43	72	5	8	2	3	53	22
3.	Wiraswasta	4	7	4	7	9	15	24	40	41	17
4.	Karyawan BUMN	1	2	-	-	6	10	16	27	23	10
5.	Lain-lain (Pelajar)	25	41	7	11	18	30	-	-	50	21
	Total	60	100	60	100	60	100	60	100	240	100

Sumber: Diolah dari data survey

e. Penghasilan

Hasil survey mengatakan masyarakat yang menggunakan layanan pos sebagian besar berpenghasilan diatas

Rp.2.200.000 dengan nilai 22%, sedangkan sebagian kecil berpenghasilan antara Rp1.701.000–Rp.2.200.000 sebesar 10%, lebih jelas dapat dilihat pada tabel 5. di bawah ini :

TABEL. 5. PENGHASILAN

No.	Uraian	Jakarta		Bandung		Yogyakarta		Batam		Total	
		Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1.	Di bawah Rp 200 ribu	10	17	6	10	12	20	4	7	32	13
2.	Rp 201 ribu s.d Rp 700 ribu	9	15	10	17	15	25	10	17	44	18
3.	Rp 701 ribu s.d Rp 1.200 ribu	12	20	3	5	11	18	17	28	43	18
4.	Rp.1.201 ribu s.d. Rp. 1.701 ribu	15	25	11	18	6	10	12	20	44	18
5.	Rp. 1.701 ribu s.d. Rp.2.200 ribu	8	13	10	17	4	7	2	3	24	10
6.	Di atas Rp.2.200 ribu	6	10	20	33	12	20	15	25	53	22
	Total	60	100	60	100	60	100	60	100	240	100

Sumber: Diolah dari data survey

2) Persepsi Pengguna

a. Penggunaan layanan pos

Hasil pengumpulan data sebagian besar mengatakan tidak sering penggunaan layanan pos dengan nilai 47%, sedangkan

sebagian kecil mengatakan sangat sering menggunakan layanan pos sebesar 5%, secara rinci dapat dilihat pada tabel 6. Di bawah ini :

TABEL. 6. PENGGUNAAN LAYANAN POS

No.	Uraian	Jakarta		Bandung		Yogyakarta		Batam		Total	
		Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1.	Sangat sering	4	7	-	-	4	7	3	5	11	5
2.	Sering	9	15	12	20	10	17	12	20	43	18
3.	Cukup sering	11	18	11	18	7	12	8	13	37	15
4.	Tidak sering	27	45	33	55	28	46	25	42	113	47
5.	Sangat tidak sering	9	15	4	7	11	18	12	20	36	15
	Total	60	100	60	100	60	100	60	100	240	100

Sumber: Diolah dari data survey

b. *Layanan pos di perusahaan yang digunakan*

Hasil pengumpulan data mengatakan layanan pos di perusahaan yang digunakan sebagian besar di PT. Pos

Indonesia dengan nilai 64%, sedangkan sebagian kecil menggunakan perusahaan lain-lain seperti DHL sebesar 1%, secara rinci dapat dilihat pada tabel 7. Di bawah ini :

TABEL. 7. LAYANAN POS DI PERUSAHAAN YANG DIGUNAKAN

No.	Uraian	Jakarta		Bandung		Yogyakarta		Batam		Total	
		Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1.	PT. Pos Indonesia	38	63	50	83	36	60	31	51	155	64
2.	PT.C.V. TIKI	16	27	8	14	10	17	13	22	47	20
3.	PT. JNE (Tiki Jalur Nugraha Ekakurir)	3	5	2	3	14	23	16	27	35	15
4.	Lain-lain (DHL)	3	5	-	-	-	-	-	-	3	1
	Total	60	100	60	100	60	100	60	100	240	100

Sumber: Diolah dari data survey

c. *Layanan pos yang digunakan*

Layanan pos yang digunakan sebagian besar adalah pos express sebesar 40%, sedangkan sebagian kecil menggunakan

layanan SMS Pesta/Pos sebesar 7%, secara rinci dapat dilihat pada tabel 8. Di bawah ini :

TABEL. 8. LAYANAN POS YANG DIGUNAKAN

No.	Uraian	Jakarta		Bandung		Yogyakarta		Batam		Total	
		Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1.	WeselPos	18	30	21	35	8	13	28	47	75	31
2.	SMS Pesta/Pos	-	-	2	3	-	-	14	23	16	7
3.	Pos Express	30	50	22	37	37	62	6	10	95	40
4.	Surat Elektronik (Ratron)	5	8	6	10	7	12	12	20	30	12
5.	Lain-lain (shar-e)	7	12	9	15	8	13	-	-	24	10
	Total	60	100	60	100	60	100	60	100	240	100

Sumber: Diolah dari data survey

d. *Motif memilih layanan pos*

Hasil pengumpulan data terhadap motif memilih layanan pos sebagian besar mengatakan kiriman cepat sampai tujuan

sebesar 31%, sedangkan sebagian kecil mengatakan lain-lain seperti layanan pos terjamin dengan nilai 8%, secara rinci dapat dilihat pada tabel 9. Di bawah ini :

TABEL. 9. MOTIF MEMILIH LAYANAN POS

No.	Uraian	Jakarta		Bandung		Yogyakarta		Batam		Total	
		Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1.	Tarif murah	17	28	20	33	18	30	7	12	62	26
2.	Kantor pos banyak	10	17	14	24	13	22	19	31	56	23
3.	Layanannya bagus	5	8	6	10	8	13	9	15	28	12
4.	Kiriman cepat sampai tujuan	26	43	20	33	7	12	21	35	74	31
5.	Lain-lain (terjamin)	2	3	-	-	14	23	4	7	20	8
	Total	60	100	60	100	60	100	60	100	240	100

Sumber: Diolah dari data survey

e. Mengetahui layanan pos sudah memanfaatkan teknologi informasi

mengatakan adalah mengetahui sebesar 29%, sedangkan sebagian kecil mengatakan adalah sangat tidak mengetahui sebesar 8%, secara rinci dapat dilihat pada tabel 10.

Hasil pengumpulan data untuk mengetahui layanan pos sudah memanfaatkan teknologi informasi sebagian besar

TABEL. 10. MENGETAHUI LAYANAN POS SUDAH MANFAATKAN TEKNOLOGI INFORMASI

No.	Uraian	Jakarta		Bandung		Yogyakarta		Batam		Total	
		Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1.	Sangat mengetahui	9	15	2	3	9	15	4	7	24	10
2.	Mengetahui	15	25	30	50	15	25	9	15	69	29
3.	Cukup mengetahui	17	28	22	37	13	22	10	17	62	26
4.	Tidak mengetahui	16	27	6	10	18	30	26	43	66	27
5.	Sangat tidak mengetahui	3	5	-	-	5	8	11	18	19	8
	Total	60	100	60	100	60	100	60	100	240	100

Sumber: Diolah dari data survey

f. Manfaat layanan pos yang menggunakan Teknologi informasi

bermanfaat sebesar 35% sedangkan sebagian kecil mengatakan sangat tidak bermanfaat sebesar 6%, secara rinci dapat dilihat pada tabel 11.

Sebagian besar responden mengatakan manfaat layanan pos yang menggunakan teknologi informasi adalah cukup

TABEL 11. MANFAAT LAYANAN POS YANGM MENGGUNAKAN TEKNOLOGI INFORMASI

No.	Uraian	Jakarta		Bandung		Yogyakarta		Batam		Total	
		Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1.	Sangat bermanfaat	14	23	10	17	10	17	5	8	39	16
2.	Bermanfaat	14	23	36	60	19	31	6	10	75	31
3.	Cukup bermanfaat	28	47	14	23	18	30	23	38	83	35
4.	Tidak bermanfaat	3	5	-	-	13	22	13	22	29	12
5.	Sangat tidak bermanfaat	1	2	-	-	-	-	13	22	14	6
	Total	60	100	60	100	60	100	60	100	240	100

Sumber: Diolah dari data survey

g. Tarif layanan pos setelah menggunakan teknologi informasi

adalah murah banyak 52%, sedangkan sebagian kecil mengatakan sangat mahal dan sangat murah, masing-masing sebesar 7%, lebih jelas dapat dilihat pada tabel 12. di bawah ini :

Hasil pengumpulan data tentang tarif layanan pos setelah menggunakan teknologi informasi mengatakan sebagian besar

TABEL. 12. TARIF LAYANAN POS SETELAH MENGGUNAKAN TEKNOLOGI INFORMASI

No.	Uraian	Jakarta		Bandung		Yogyakarta		Batam		Total	
		Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1.	Sangat mahal	4	7	-	-	-	-	13	22	17	7
2.	Mahal	5	8	10	17	6	10	8	13	29	12
3.	Cukup mahal	14	23	13	21	20	33	6	10	53	22
4.	Murah	34	57	33	55	33	55	24	40	124	52
5.	Sangat murah	3	5	4	7	1	2	9	15	17	7
	Total	60	100	60	100	60	100	60	100	240	100

Sumber: Diolah dari data survey

h. Kecepatan layanan pos setelah menggunakan teknologi informasi

teknologi informasi adalah cepat sebesar 43%, sedangkan sebagian kecil mengatakan sangat lambat sebesar 4%, secara rinci dapat dilihat pada tabel 13. Di bawah ini :

Masyarakat pengguna layanan pos sebagian besar mengatakan kecepatan layanan pos setelah menggunakan

TABEL 13. KECEPATAN LAYANAN POS SETELAH MENGGUNAKAN TEKNOLOGI INFORMASI

No.	Uraian	Jakarta		Bandung		Yogyakarta		Batam		Total	
		Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1.	Sangat cepat	7	12	9	15	9	15	7	12	32	13
2.	Cepat	27	45	32	53	24	40	20	33	103	43
3.	Cukup cepat	23	38	18	30	20	33	7	12	68	28
4.	Lambat	3	5	1	2	7	12	17	28	28	12
5.	Sangat lambat	-	-	-	-	-	-	9	15	9	4
	Total	60	100	60	100	60	100	60	100	240	100

Sumber: Diolah dari data survey

i. *Membuka Website Pos*

Penggunaan jasa layanan pos sebagian besar mengatakan membuka website pos adalah tidak pernah

sebesar 54%, sedangkan sebagian kecil mengatakan sangat sering sebesar 4%, lebih jelas dapat dilihat pada tabel 14. di bawah ini :

TABEL 14. MEMBUKA WEBSITE POS

No.	Uraian	Jakarta		Bandung		Yogyakarta		Batam		Total	
		Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1.	Sangat sering	4	7	-	-	-	-	5	8	9	4
2.	Sering	4	7	10	17	8	13	15	25	37	15
3.	Cukup sering	6	10	14	24	12	20	10	17	42	17
4.	Tidak pernah	41	68	34	56	30	50	24	40	129	54
5.	Sangat tidak pernah	5	8	2	3	10	17	6	10	23	10
	Total	60	100	60	100	60	100	60	100	240	100

Sumber: Diolah dari data survey

j. *Informasi yang diperoleh dari website pos*

Penggunaan jasa layanan pos sebagian besar mengatakan informasi yang diperoleh dari *website pos* adalah

lain-lain (tidak tahu) sebesar 54%, sedangkan sebagian kecil mengatakan *e-business* sebesar 3%, secara rinci dapat dilihat pada tabel 15.

TABEL 15. INFORMASI YANG DIPEROLEH DARI WEBSITE POS

No.	Uraian	Jakarta		Bandung		Yogyakarta		Batam		Total	
		Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1.	Layanan pos	10	17	16	27	7	12	12	20	45	19
2.	Informasi kiriman pos	9	15	5	8	8	13	8	13	30	13
3.	Berita pos	7	12	9	15	3	5	8	13	27	11
4.	<i>e-business</i>	2	3	-	-	2	3	4	7	8	3
5.	Lain-lain (tidak tahu)	32	53	30	50	40	67	28	47	130	54
	Total	60	100	60	100	60	100	60	100	240	100

Sumber: Diolah dari data survey

k. *Penggunaan handphone untuk keperluan layanan pos*

Penggunaan jasa layanan pos sebagian besar mengatakan penggunaan handphone untuk keperluan layanan pos adalah

tidak pernah sebesar 57%, sedangkan sebagian kecil mengatakan sangat sering sebesar 7%, secara rinci dapat dilihat pada tabel 16.

TABEL 16. PENGGUNAAN HANDPHONE UNTUK KEPERLUAN LAYANAN POS

No.	Uraian	Jakarta		Bandung		Yogyakarta		Batam		Total	
		Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
1.	Sangat sering	6	10	2	3	3	5	7	12	18	7
2.	Sering	3	5	7	12	5	8	9	15	24	10
3.	Cukup sering	7	12	5	8	4	7	11	18	27	11
4.	Tidak pernah	40	66	43	72	32	53	21	35	136	57

No.	Uraian	Jakarta		Bandung		Yogyakarta		Batam		Total	
		Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
5.	Sangat tidak pernah	4	7	3	5	16	27	12	20	35	15
	Total	60	100	60	100	60	100	60	100	240	100

Sumber: Diolah dari data survey

1. *Hal-hal yang penting dari masukan masyarakat pengguna, antara lain :*

1. Masyarakat sangat berminat terhadap layanan pos, untuk itu perlu ditingkatkan layanan pos yang lebih baik
2. Kebutuhan teknologi informasi dalam layanan pos mutlak dibutuhkan masyarakat, karena memberikan kecepatan dalam kiriman, namun biayanya cukup mahal.
3. Sosialisasi harus lebih gencar dilaksanakan terhadap produk pos terbaru.

C. *Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pengembangan Bisnis Pos*

Seluruh penyelenggara perposan seperti PT. Pos Indonesia dan perusahaan jasa titipan dalam pemanfaat teknologi informasi bekerjasama atau bermitra dengan penyelenggara telekomunikasi. Khususnya penyelenggara telekomunikasi yang memiliki jaringan yang luas seperti PT. Telkomsel, PT. Indosat dan PT. Excelcomindo Pratama dengan maksud jaringan yang luas tersebut dapat terhubung secara online pada kantor-kantor pos dan membuat jaringan dalam bentuk perangkat server dan selanjutnya secara internal kedalam kantor pos dengan jaringan tersendiri dan juga menyediakan perangkat komputer yang cukup banyak. Teknologi informasi ini dapat dimanfaatkan untuk layanan pos, antara lain :

1. Teknologi yang digunakan membantu untuk pengembangan inovasi produk seperti kiriman *remittance* (kiriman uang) yang dapat dicapai dalam hitungan menit.
2. Kiriman mail (surat) dikembangkan dalam bentuk *Hybrid Mail* sehingga tidak perlu adanya proses *delivery* dari *point to point*.

Sedangkan PT. JNE dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk pengembangan bisnis pos bermitra dengan PT. Telkom dan IT *consultant* sekaligus alih dan tranfer teknologi. Selanjutnya JNE mengelola dan mengembangkan sendiri teknologi yang digunakan. Pemanfaatan teknologi informasi tersebut, memudahkan dalam pelayanan jasa pos, antara lain :

1. Layanan *automatic POD report* dalam bentuk SMS dan *e-mail*, dengan secara otomatis memberikan informasi dan konfirmasi mengenai status pengiriman milik customer tanpa diminta oleh customer dengan memberikan nomor handphone atau *e-mail*;
2. Layanan *online trace & tracking* serta daftar tarif melalui internet;
3. Intergrasi data dan system dalam proses bisnis dengan *real time online*.

D. *Kendala yang dihadapi dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk pengembangan bisnis pos*

1) *Kebutuhan Biaya yang meningkat*

Perkembangan teknologi informasi membuat perusahaan harus selalu dapat mengikuti pergerakan teknologi informasi tersebut dan ikut memanfaatkannya dalam rangka

mengefisiensi prosedur layanan pos. Oleh karena itu pula menyebabkan peningkatan biaya yang cukup signifikan dalam memelihara hardware yang digunakan dan pengadaan perangkat untuk kebutuhan perluasan jaringan online kantor pos di seluruh Indonesia.

2) *Pengurangan SDM*

Pemanfaatan teknologi informasi di PT. Pos Indonesia telah mempersingkat atau memperpendek tahapan proses dari penerimaan sampai ke tujuan, sehingga berkurang penggunaan sumber daya manusia. Kemudian disisi lain perlu pelatihan secara berkesinambungan sumber daya manusia dalam menggunakan perangkat-perangkat teknologi informasi.

3) *Infrastruktur yang luas*

PT. Pos Indonesia memiliki kantor pos yang sangat luas 3500 kantor pos diseluruh Indonesia dalam bentuk kantor pusat, kantor pos cabang (KPC) dan kantor pos pemeriksa (KPRK). Kantor-kantor pos yang luas tersebut perlu dihubungkan jaringan online satu dengan yang lainnya, sehingga mempermudah dan mempercepat proses pengiriman sampai ke tujuan dengan waktu yang singkat dan cepat.

4) *Produk pos yang kurang diminati*

Perkembangan teknologi informasi, bermunculan penggunaan internet dalam bentuk e-mail secara luas dan ditempat-tempat tertentu penggunaannya bahkan gratis dengan munculnya hot-spot dan biaya penggunaan semakin murah. Begitu juga dengan penggunaan telepon seluler, seseorang dengan mudah dan cepat dapat berkomunikasi dan mendapatkan informasi serta meluasnya penggunaan sms. Kondisi ini mempersulit penyelenggara perposan mengembangkan produknya, khususnya di layanan surat.

E. *Pemanfaatan yang diperoleh masyarakat dengan adanya penggunaan teknologi informasi dalam pengembangan bisnis pos*

Sebelum mengetahui pemanfaatan masyarakat terhadap layanan pos yang berbasis teknologi informasi, perlu diketahui seberapa sering masyarakat menggunakan layanan pos, dari hasil survey diperoleh data bahwa masyarakat pada umumnya mengatakan tidak sering menggunakan layanan pos sebesar 47%, sedangkan yang mengatakan sangat sering sebesar 5%, sering sebesar 15% dan cukup sering sebesar 15%. Ini artinya bahwa layanan pos mulai ditinggalkan masyarakat, mengingat ada jasa telekomunikasi yang memberikan kecepatan dalam mendapatkan informasi dan memberikan informasi dan sangat efisien serta efektif baik dari sisi penggunaan waktu maupun dari sisi biaya yang dikeluarkan. Oleh karena itu yang menjadi motif masyarakat memilih layanan pos, sesuai dengan hasil pengumpulan data, pada umumnya masyarakat mengatakan adalah kiriman cepat sampai tujuan sebesar 31%.

Penggunaan teknologi informasi dalam layanan pos, pendapat masyarakat bervariasi dengan besaran persentase

yang tidak jauh berbeda misalnya yang mengatakan mengetahui sebesar 29%, dan tidak mengetahui sebesar 27%. Selanjutnya masyarakat pengguna layanan pos mengatakan bermanfaat sebesar 35%, sedangkan sebagian kecil mengatakan tidak bermanfaat sebesar 6%. Walaupun hasil penelitian masing-masing sangat kecil masyarakat menggunakan layanan pos, tetapi masyarakat merasa ada manfaatnya. Contoh manfaat yang diperoleh masyarakat adalah : 1. Pengiriman uang lebih cepat sampai tujuan, satu hari dapat diterima yang bersangkutan dengan cara mengambil uang di kantor pos di kecamatan, mengingat jaringan online layanan pos telah sampai ke kecamatan di sebagian besar wilayah di Indonesia. Begitu juga dengan kiriman surat pos dapat satu sampai dengan menggunakan *pos express*, 2. Akses internet dalam layanan pos, baik ingin mendapatkan informasi jasa pos maupun penggunaan *e-business*. 3. Penggunaan jaringan telekomunikasi seperti handphone untuk pengiriman SMS Pesta/Pos, misalnya pada hari-hari besar dengan mengirim mengucapkan selamat hari raya berupa kartu lebaran dan hari besar keagamaan lainnya. Menurut hasil survey pemanfaatan layanan pos sudah dirasakan masyarakat, walaupun persentasenya masih kecil sekali seperti penggunaan layanan pos dalam bentuk SMS Pesta/Pos sebesar 7%, surat elektronik 12%, weselpos sebesar 31%, pos express 40%, akses internet : sangat sering sebesar 4%, sering 15%, cukup sering 17%, *e-business* sebesar 3% dan penggunaan handphone untuk layanan pos : sangat sering sebesar 7%, sering 10%, cukup sering 11%.

Kemudian selanjutnya menurut PT. Pos Indonesia, masyarakat sangat berminat penggunaan layanan pos yang berbasis teknologi informasi seperti produk SOPP (*sentral online payment point*) atau pembayaran-pembayaran uang antara lain telepon, listrik, pajak, asuransi dan kredit dan *Remittance* (kiriman uang) dengan alasan memberikan nilai tambah dan kemudahan dalam bertransaksi.

Sedangkan untuk PT. JNE, diminati masyarakat adalah informasi perusahaan, produk/jasa dan tarif dapat diakses secara cepat melalui website, layanan *online trace & tracking* melalui website/internet dapat mempercepat customer mengetahui status pengiriman, dan pengantaran barang dari hasil transaksi belanja online (*e-commerce*) serta dapat memperoleh *picup service* melalui internet.

VIII. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Pemanfaatan teknologi informasi oleh penyelenggara perposan dengan berkerjasama dengan mitra kerja penyelenggara telekomunikasi seluler dengan memanfaatkan jaringan yang luas sampai ke daerah-daerah. Tentunya pihak pos juga menyediakan perangkat dan jaringan di internal perusahaannya masing-masing, sehingga dapat terhubung secara online.
2. Kendala yang dihadapi dalam pemanfaatan teknologi informasi dalam bisnis pos oleh penyelenggara perposan antara lain pengadaan perangkat teknologi informasi dan membuat jaringan diinternal perusahaan cukup signifikan biaya yang diperlukan, berkurang penggunaan SDM, mengingat tahapan proses layanan pos semakin singkat

dan cepat, jaringan pos yang luas dan produk pos yang mulai kurang diminati.

3. Masyarakat pengguna layanan pos sangat kurang memanfaatkan layanan PT. Pos Indonesia pos yang berbasis teknologi informasi, terfokus pada produk SOPP dan kiriman uang, bahkan pada umumnya tidak mengetahui layanan pos berbasis teknologi informasi. Sedangkan PT. JNE, produk yang diminati masyarakat adalah tarif dapat diakses secara cepat melalui website, layanan *online trace & tracking* melalui website/internet dan pengantaran barang dari hasil transaksi (*e-commerce*) serta dapat memperoleh *picup service* melalui internet.

B. Saran/Rekomendasi

1. Perlu kreatifitas bagi penyelenggara perposan, didalam penemuan inovási-inovási produk dan layanan yang memberikan kepuasan masyarakat pengguna dan sekaligus memberikan keuntungan perusahaan yang berkelanjutan.
2. Pemerintah perlu memberikan stimulus penyediaan dana dalam pengembangan infrastruktur teknologi informasi, termasuk memberikan insentif bagi industri TIK yang menerapkan kandungan lokal di perangkat TIK.
3. Manfaat yang diperoleh masyarakat perlu dilakukan sosialisasi atau promosi yang meluas terhadap produk atau layanan pos yang menggunakan teknologi informasi dan keuntungan-keuntungan yang didapat oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ellitan, Lena & Lina Anatan. 2007. Strategi Bersaing Dalam *Service Driven Economy*, Yogyakarta, Andi Offset.
- Kadir, Abdul dan Triwahyuni, Terra Ch. 2003. Pengenalan Teknologi Informasi, Yogyakarta, Andi Offset.
- Moleong, Lexy J. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung, Remaja Rosda Karya.
- Putranta, Hastha Dewa. 2004. Pengantar Sistem Dan Teknologi Informasi, Yogyakarta, AMUS.
- Ruslan, Rosady. 2008. Metode Penelitian, Public Relations dan Komunikasi, Jakarta, RajaGrafindo Persada.
- Republik Indonesia. 2009. Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos
- Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.
- Supriyanto, Aji. 2005. Pengantar Teknologi Informasi, Jakarta, Salemba Infotek.
- Severin, werner J and James W. Tankard Jr. 2008. Teori Komunikasi, Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa, Edisi Kelima, Jakarta, Kencana.
- Tan, Alexis, S. 1981. *Mass Communication Theories and Research*, Columbus, Ohio, Grid Publishing, Inc.
- Internet. 2012. Admail. <http://www.posindonesia.co.id>. Diakses 6-1-2012
- Internet. 2012. PlazaPos Cara Belanja Aman dan Nyaman Melalui Online. <http://www.plasapos.com>. Diakses 2-2-2012
- Internet. 2012. Jasa Kurir Dalam Negeri & Intra Kota. Yakin Esok Sampai. <http://www.jne.co.id>. Diakses 3-1-2012.