

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan logistik sudah hadir sejak manusia mengeksplorasi sumber daya alam untuk memenuhi kebutuhan pokok. Penyimpanan bahan pokok bermaksud untuk mengantisipasi perubahan iklim yang ekstrim adalah bentuk dari sistem persediaan. Hal tersebut membuat manusia memprakirakan kapan ancaman cuaca ekstrim akan datang dan berapa lama, sehingga manusia dapat memperhitungkan berapa banyak stok yang harus disimpan. Pada pola pikir tersebut merupakan bentuk bagian dari manajemen logistik.

Menurut *council of Supply Chain Management Professional* dalam bukunya Rika Ampuh Hadiguna, “Perancangan Sistem Logistik” (2023) Logistik sebagai proses perencanaan, implementasi, dan pengendalian prosedur pengiriman dan penyimpanan barang termasuk yang efisien dan efektif, termasuk jasa-jasa dan informasi terkait dari lokasi awal menuju lokasi tujuan untuk mencapai kesesuaian memenuhi kebutuhan pelanggan.

Perkembangan logistik pada saat ini telah memasuki era revolusi industri keempat yang menunjang daya saingnya pada teknologi digital. Peran teknologi internet berkontribusi dalam era ini sehingga mengubah banyak hal pada bidang logistik. Adapun proses pemutaran uang dan pemutaran informasi tidak lagi dilakukan secara fisik, tetapi berubah menjadi digital. Transaksi barang pada saat ini dapat dilakukan secara digital, kecuali barang yang diterima oleh konsumen akhir. Hal ini dapat terjadi akibat penggunaan internet sebagai kumpulan

perangkat lunak dan perangkat keras dari ratusan ribu jaringan publik dan privat yang menciptakan informasi digital sehingga dengan mudah dibagi dan didistribusikan secara internasional dengan biaya murah.

Bisnis logistik merupakan salah satu sektor usaha yang saat ini memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi seiring dengan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat dan perkembangan teknologi yang semakin canggih. Peran perusahaan logistik di Indonesia juga akan terus berkembang seiring pertumbuhan ekonomi yang semakin baik.

Menurut Setijadi yang merupakan CEO Supply Chain Indonesia (SCI) menyatakan bahwa sektor logistik berpotensi menjadi faktor pendorong di tengah pertumbuhan ekonomi yang melambat pada 2023 dan 2024. Salah satu indikatornya adalah peningkatan kontribusi sektor transportasi dan pergudangan terhadap Produk domestik Bruto (PDB) dalam beberapa tahun terakhir (Thenniarti, 03 Januari 2024).

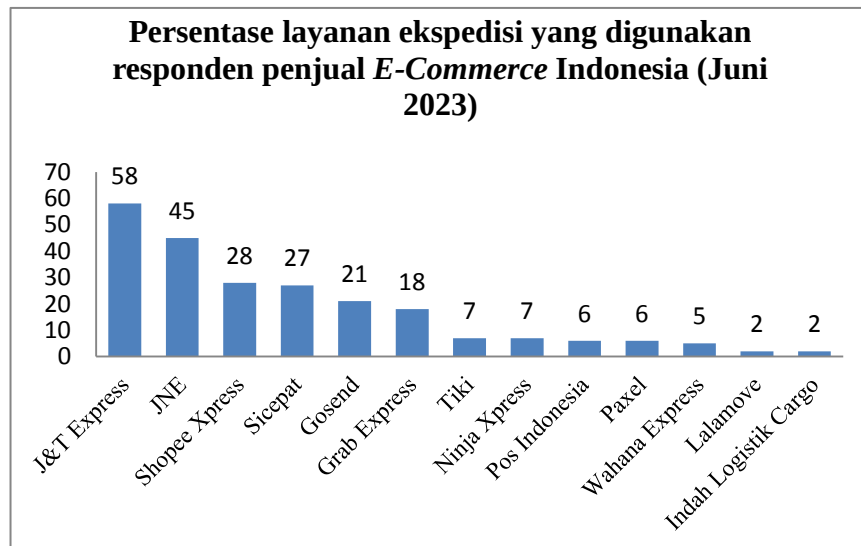
Berdasarkan data Badan Pusat statistik (BPS) pada triwulan III tahun 2023, SCI memproyeksi kontribusi sektor transportasi dan pergudangan tahun 2023 sebesar RP1.245 triliun atau tumbuh 14,99% dan pada tahun 2024 sebesar RP1.436 triliun atau tumbuh 14,16%. Selain berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, sektor logistik berpotensi meningkatkan pertumbuhan sektor-sektor lainnya dengan peningkatan efektivitas dan efisiensi melalui pengembangan teknologi, proses dan kompetensi sumber daya manusia, serta

melalui kolaborasi dan sinergi baik antara penyedia jasa logistik maupun antara penyedia jasa logistik dan pemilik barang (Thenniarti, 03 Januari 2024).

PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan sebuah badan usaha milik negara Indonesia yang bergerak di bidang layanan pos. PT. Pos Indonesia memiliki 6 unit kantor regional, 42 unit kantor cabang utama dan 168 unit kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. PT. Pos Indonesia menggunakan strategi pemasaran layanan yang berfokus pada inovasi di setiap produknya, termasuk pos *express*. Layanan pos *express* adalah layanan premium yang menawarkan pengiriman yang cepat dan aman dengan cangkupan luas di seluruh Indonesia menjadikan layanan ini sebagai pilihan ideal dan terpercaya untuk mengirimkan dokumen, surat, paket, dan barang dagangan online.

Seiring semakin majunya teknologi dan meningkatnya frekuensi transaksi online masyarakat Indonesia menjadi salah satu faktor utama mengapa jasa logistik menjadi salah satu layanan yang paling populer digunakan. Industri logistik di Indonesia diperkirakan akan terus bertumbuh seiring dengan ekonomi yang berkembang pesat. *E-commerce* akan tetap menjadi penggerak utama permintaan logistik, dengan permintaan yang terus meningkat. Peningkatan digitalisasi akan memungkinkan perusahaan logistik untuk lebih responsif dan efisien dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan pertumbuhan industri logistik, persaingan di dalamnya juga semakin sengit. Banyak perusahaan logistik bersaing untuk mendapatkan kontrak dengan perusahaan-perusahaan besar, terutama di sektor *e-commerce*. Hal tersebut mendorong inovasi dan peningkatan

kualitas layanan, tetapi juga meningkatkan tekanan pada perusahaan logistik untuk tetap kompetitif.



Gambar 1. 1 Grafik Layanan Ekspedisi yang Digunakan Responden Penjual *E-Commerce* Indonesia (Juni 2023)

Sumber : Laporan Survei Populix pada Databoks

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa mayoritas penjual *e-commerce* lokal menggunakan layanan ekspedisi *J&T Express* yaitu sebanyak 58%, hal tersebut dikarenakan reputasi *J&T* dalam pengiriman paket yang cepat dan dapat menjangkau berbagai lokasi. Pada urutan berikutnya ada ekspedisi *JNE*, sebanyak 45% responden penjual *e-commerce* memilih ekspedisi *JNE* karena menilai pengiriman paket *JNE* sampai dengan cepat dan dapat menjangkau berbagai lokasi juga. Sedangkan pada ekspedisi *PT. Pos Indonesia* yang juga perusahaan yang beroperasi di sektor jasa pengiriman tidak terlalu diminati oleh responden *e-commerce*. Maka sebab itu, *PT. Pos Indonesia* berinovasi dengan membuat pembaruan pada aplikasi *Pospay* sebagai upaya menjaga daya saing dalam bidang jasa pengiriman.

Pospay yang merupakan fasilitas layanan transaksi keuangan secara mobile yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Pada layanan transaksi tersebut terdapat beberapa fasilitas diantaranya layanan bill payment seperti pembayaran listrik, PDAM, cicilan motor atau mobil, BPJS, pembelian pulsa, token listrik, pengiriman keuangan melalui layanan weselpos instan, pengelolaan keuangan melalui layanan giropos, penyimpanan dana di rekening giropos, penyediaan fasilitas scan QR code untuk pembayaran atau pembelian via merchat atau micro payment berbasis rekening giropos. Pelanggan yang hendak melakukan pembayaran atau pembelian dapat melakukannya dengan mengakses pada aplikasi pospay saja.

Menurut Haryanto dalam penelitian (Kusdarjanto, et. Al, 2023) perkembangan keuangan digital di era modern harus disertai dengan pemahaman dan penggunaan transaksi non tunai oleh masyarakat. Pemanfaatan pembayaran digital terutama Pospay oleh masyarakat Indonesia, masih disadari oleh insentif promosi sehingga masih belum optimal, kondisi itu menuntut para pelaku penyedia layanan pembayaran digital yaitu PT. Pos Indonesia untuk memperkuat proses sosialisainya ke masyarakat.

Pada pernyataan diatas, bahwa masih banyak masyarakat yang masih belum paham secara maksimal kegunaan Pospay di sisi keamanan, kemudahan dan pengalaman penggunaan. Untuk itu, diperlukan sosialisasi literasi keuangan digital untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat dan pemahaman tentang aplikasi Pospay. Sosialisasi dapat dimulai dari pengenalan aplikasi pospay, metode transaksi, manfaat yang diperoleh, hingga berbagai langkah keamanan

yang harus diambil. Dengan begitu, pengetahuan dan keterampilan masyarakat akan meningkat melalui sosialisasi yang efektif sehingga masyarakat dapat menggunakan teknologi keuangan dengan bijak dan aman.

Seperti yang dilakukan pada penelitian Yartini (2023) menunjukkan bahwa pengimplementasian aplikasi Pospay di PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Gunungsitoli sudah signifikan yang terlihat dari transaksi yang efisien. Pada penelitian tersebut, PT. Pos Indonesia cabang Gunungsitoli telah menerapkan beberapa strategi untuk meningkatkan kualitas layanan, seperti memberikan pelatihan tambahan kepada karyawan untuk meningkatkan pemahaman dan pemanfaatan aplikasi pospay, meningkatkan promosi edukasi kepada pelanggan tentang manfaat dan cara penggunaan aplikasi pospay, serta melakukan monitoring dan evaluasi rutin terhadap penggunaan aplikasi serta mengidentifikasi area perbaikan untuk terus meningkatkan kualitas layanan.

Dengan strategi yang sudah dilakukan PT. Pos Indonesia Cabang Kota Gunungsitoli dapat menjadi motivasi bagi PT. Pos Indonesia pada cabang lainnya untuk meningkatkan kepuasan layanan pelanggan. Karena dengan pelanggan yang merasa puas terhadap layanan PT. Pos, akan berpengaruh untuk menarik pelanggan lainnya supaya menggunakan jasa PT. Pos juga. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian **“ANALISIS PENGGUNAAN APLIKASI POSPAY DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PT. POS INDONESIA CABANG LABANG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pemanfaatan aplikasi pospay pada PT. Pos Indonesia Cabang Labang ?
2. Bagaimana strategi PT. Pos Indonesia dalam meningkatkan daya saing ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pemanfaatan aplikasi pospay pada PT. Pos Indonesia Cabang Labang.
2. Untuk mengetahui strategi PT. Pos Indonesia dalam meningkatkan daya saing.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penulisan diatas, penelitian mampu memperoleh manfaat-manfaat sebagai berikut :

A. Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa dapat mengaplikasikan pengetahuan yang telah mereka pelajari di perkuliahan ke dalam situasi kerja yang nyata. Hal ini membantu mereka memperoleh pemahaman praktis tentang bagaimana konsep-konsep teori yang diterapkan dalam dunia kerja sehari-hari.
2. Mahasiswa memiliki kesempatan untuk memperluas relasi mereka di dunia kerja.

3. Memberikan pengalaman langsung bagi mahasiswa dalam dunia kerja, termasuk lingkungan kerja, tugas pekerjaan, dan interaksi dengan rekan kerja dan atasan. Ini membantu mereka mengembangkan keterampilan dan pemahaman yang relevan untuk karier mereka di masa depan.

B. Bagi Universitas

1. Praktik kerja lapangan dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur pemahaman mahasiswa terhadap materi kuliah dan kemampuan mereka dalam menerapkannya ke dalam konteks dunia kerja.
2. Universitas dapat menggunakan program tersebut sebagai indikator untuk mengevaluasi sejauh mana mahasiswa dapat beradaptasi dan berhasil dalam dunia kerja.
3. Dengan melibatkan mahasiswa dalam praktik kerja lapangan, Universitas mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai kesiapan dan kompetensi mahasiswa dalam menghadapi tantangan pekerjaan sehari-hari di dunia kerja yang nyata.

C. Bagi Perusahaan

1. Perusahaan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan pendidikan.
2. Perusahaan mendapatkan tenaga kerja tambahan melalui praktik kerja lapangan untuk tugas-tugas pekerjaan yang ada. Jika peserta praktik kerja lapangan menunjukkan prestasi, loyalitas dan disiplin kerja yang baik, instansi berpotensi merekrut sebagai karyawan.

3. Perusahaan juga dapat memanfaatkan praktik kerja lapangan sebagai informasi untuk melakukan perbaikan dan meningkatkan kinerja sistem atau proses kerja yang sedang berjalan.