

**INOVASI PELAYANAN PT. POS INDONESIA DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN JASA PENGIRIMAN UANG (STUDI KASUS PT. POS
INDONESIA DI PEKANBARU)**

Oleh :

Chris Valentyna D L

Email : chrisvalentyna@gmail.com

Pembimbing : **Dr. Harapan Tua R.F.S, M.Si**

Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Program Studi Ilmu Administrasi Negara FISIP Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-
Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Chris Valentyna D L, 1201112380., Adviser : Dr. Harapan Tua R.F.S, M.Si

n the modern world, innovation is a major challenge for any organization. The aim of the research is to get and to see the information about innovation PT. Pos Indonesia to confront the competition services of transferring money in Pekanbaru city. With seeing so much competitor in transferring money in Pekanbaru city, researcher want to know the strategy PT. Pos Indonesia in facing the competition of transferring money in Pekanbaru city.

Theory used in this study was the Innovation by Basuki (2013:179) and theory of SWOT analysis (Rangkuti 2009:33). This study uses qualitative research methods to study descriptive data. In data collection, and with SWOT analysis to analysing data, researcher using observation, interviews, documentation.

Based on the result of the research through interviews and observations, it is known that innovation PT. Pos Indonesia in facing the competition of transferring money in Pekanbaru city still hampered with some case like a promotion of a product that should be interesting and public know what kind of product that PT. Pos Indonesia give to them, and public want to use that product. PT. Pos Indonesia weak with analysing a new product that competitor gives to public. Then, PT. Pos Indonesia is not use well their strengths and can't maximize well their opportunities.

Keyword: Innovation Strategy, Public Service.

A. PENDAHULUAN

Selama masa hidupnya, manusia membutuhkan pelayanan untuk memenuhi tuntutan hidupnya secara layak dalam hidup

bermasyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman, tuntutan masyarakat terhadap pelayanan pemerintah semakin meningkat, salah satunya pelayanan komunikasi yang telah berkembang, sehingga

berdampak pada peningkatan lalu lintas barang, orang dan informasi antar negara dengan intensitas yang lebih tinggi. Maka dari itu dibutuhkan sebuah layanan jasa yang dapat mengantisipasi dampak dari semakin meningkatnya lalu lintas pengiriman, khususnya pengiriman barang yang biasa disebut dengan pelayanan jasa pengiriman barang

Salah satu perusahaan yang menyediakan layanan jasa pengiriman barang adalah PT. Pos Indonesia. PT. Pos Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa sebagai unit pelaksana kegiatan komunikasi yang diselenggarakan oleh pemerintah. PT. Pos Indonesia didirikan pada tanggal 26 Agustus 1746 oleh Gubernur G. W Barron Van Inhonff dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda.

PT. Pos Indonesia adalah salah satu BUMN yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan lalu lintas berita, uang, barang dengan memiliki jaringan pelayanan terbesar dan tersebar di seluruh pelosok tanah air. Meski telah mengalami perubahan bentuk badan hukum PT. Pos Indonesia yang pada awalnya berbentuk Perum Pos dan Giro menjadi PT. Pos Indonesia, dimana Perum Pos dan Giro yang merupakan perusahaan milik negara yang modalnya bisa berasal dari negara dengan perubahan bentuk menjadi PT. Pos Indonesia maka modalnya bisa berasal dari penjualan saham kepada masyarakat.

Sampai beberapa tahun yang lalu layanan pos masih menjadi andalan masyarakat untuk berkomunikasi dengan sahabat atau kerabat di tempat yang jauh untuk dapat saling berkomunikasi dan bertukar informasi serta menjadi layanan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat..

bertambah banyaknya layanan lain seperti layanan surat elektronik (*e-mail*), layanan sms, jaringan internet yang luas dengan cepat, nyaman dan harga terjangkau telah mengubah kebiasaan masyarakat yang dulunya menggunakan layanan jasa PT. Pos Indonesia dalam mengirim surat.

Selain itu juga, dengan hadirnya beberapa layanan jasa pengiriman barang dari pihak swasta seperti TIKI, JNE, Fedex, DHL Express, Pandu Siwi, TNT, Caraka, Cardig dan Caraka sebagai perusahaan lokal yang berhasil menguasai pasar (<http://majalah.tempointeraktif>, 5 Januari 2012), dampaknya tidak masuk PT. Pos Indonesia dalam *Indonesian Most Recommended Logistic Provider 2010* untuk Courier and Express. PT. Pos Indonesia mendapat persaingan hebat dari perusahaan penyedia layanan jasa milik swasta.

Persaingan dalam membuat dan mempertahankan pelanggan akan menimbulkan persaingan yang ketat pada perusahaan-perusahaan yang berada dalam suatu industri yang sama. Inovasi berasal dari bahasa latin yaitu nova yang artinya baru.

Inovasi secara umum diartikan sebagai pengenalan sebuah hal maupun metode yang baru. Definisi yang lebih dalam mengemukakan

bahwa inovasi adalah pendorong kompetisi untuk bertumbuh, menghasilkan profit dan *value creation* yang bertahan lama. Sekalipun inovasi dengan mudahnya dapat dimasukkan dalam konteks pengembangan produk dan teknologi, namun inovasi adalah tantangan mendasar untuk keseluruhan bisnis. Inovasi harus menjadi proses yang selalu ada dan berkelanjutan.

Inovasi merupakan bagian alami dari bauran pemasaran dan ada untuk dijalankan. Beberapa mungkin melihat inovasi sebagai pembukaan kreatif ide-ide hebat, ada juga yang menganggap inovasi sebagai aktivitas yang berdasarkan pada proses pengembangan produk baru, yang lainnya lagi menganggap inovasi sebagai strategi bisnis dan pembauran, sementara ada juga yang menganggap sebagai perbaikan terus menerus dalam pekerjaan sehari-hari. Inovasi adalah tentang implementasi ide-ide terbaik, membuat produk dan jasa yang baru.

Oleh karena itu, dengan kemajuan teknologi PT. Pos Indonesia juga berusaha menyediakan pelayanan yang lebih canggih dalam menghadapi persaingan yang lebih ketat. Layanan bisnis komunikasi diluncurkan berupa surat pos standar, surat kilat khusus, telegram, dan lain-lain. Layanan bisnis logistik yang berupa kiriman barang (paket pos), kargo, paket optimal, dan point to point. Sedangkan bisnis keuangan berupa giro pos, cek pos, tabungan, pembayaran pensiunan, mengirim uang antar kota di Indonesia (Wesel Pos) ataupun mengirim uang keluar negeri tanpa rekening (Western Union), pembayaran listrik, telepon, mengambil gaji pensiunan, membayar tagihan kredit, tagihan listrik secara

online, menabung serta kegiatan lainnya begitu juga bidang penyelenggaraan dan jasa.

Salah satu produk layanan yang ditawarkan oleh PT. Pos Indonesia adalah layanan transfer uang tanpa menggunakan rekening, yaitu Weselpos. Weselpos hadir memberikan layanan baru kepada masyarakat, memberikan solusi terhadap kecepatan, ketepatan, dan keamanan pengiriman maupun penerimaan uang secara domestik (nasional) maupun internasional. Adapun produk dari layanan weselpos adalah:

1. Layanan untuk menerima atau mengirim uang ke dalam negeri (domestik)

- a. Weselpos Instan

Layanan pengiriman uang baik dari kota dan kedesa maupun dari desa ke kota yang pasti akan sampai ke alamat tujuan dalam waktu seketika (secepat mengirim sms).

Caranya: cukup datang ke kantor pos terdekat dan melakukan transaksi agar mendapatkan kode berupa NTP (Nomor Transaksi Pusat) yang di-generate secara terpusat oleh sistem Pos Remittance yang tertera pada resi, berupa deretan angka untuk setiap transaksi pengiriman uang dan PIN (Personal Identification Number) yang merupakan deretan angka yang di-entrikan oleh pengirim pada saat transaksi pengiriman uang dilakukan dan oleh penerima pada saat transaksi pembayaran, melalui sarana Key Pad Numeric yang hanya diketahui oleh pengirim dan penerima.

Spesifikasi produk Weselpos Instan adalah standard waktu pelayanan H+0 atau uang yang akan

ditransfer dapat sampai kepada penerima pada hari itu juga. Layanan transfer uang juga dapat dibayarkan di seluruh kantor Pos Online se-Indonesia. Pencairan kiriman aman dan terpercaya menggunakan NTP dan PIN Tanpa Rekening dan Tracerable (dapat dilacak). SMS Notifikasi pencairan kiriman weselpos instan kepada pengirim. Serta tarif pengiriman uang yang ekonomis dan dapat dijangkau oleh masyarakat.

b. Weselpos Prima

Sarana pengiriman uang domestik diseluruh daerah di Indonesia, menjangkau seluruh pelosok sampai kecamatan dengan layanan diantar sampai kerumah.

Spesifikasi produk Weselpos Prima adalah standard waktu pelayanan H+1 atau uang dapat diterima oleh penerima sehari setelah pengiriman. Layanan wesel diantar, pemberitahuan kepada pelanggan menggunakan Form Rs-2. Pembayaran dilakukan dikantor pos yang sesuai dengan alamat penerima. Tracerable, dapat dilacak status kirimannya di web PT. Pos Indonesia. Biaya pengiriman yang ekonomis dan dapat dijangkau oleh masyarakat.

c. Weselpos korporat atau kemitraan

Melayani kebutuhan pelanggan bisnis yang diikat dengan Perjanjian Kerja Sama dengan tarif yang negotiable dan prosedur layanan yang dapat disesuaikan. Layanan Weselpos kemitraan memungkinkan transaksi *one to many and many to one*.

Beberapa mitra weselpos kemitraan antara lain:

i. Rumah Zakat

ii. Bank Nasional Indonesia (BNI), Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Mandiri, Bank Central Asia (BCA) berupa penerusan peniriman uang dari luar negeri.

iii. PT. Jiwa Sraya Jakarta Pusat, pendistribusian uang pensiun di seluruh wilayah Indonesia.

2. Layanan untuk menerima atau mengirim uang ke luar negeri (International)

Layanan mengirim maupun menerima uang keluar maupun dalam negeri menggunakan jaringan pengiriman uang online melalui PT. Pos Indonesia menjadi lebih cepat, karena PT. Pos Indonesia telah bekerja sama dengan berbagai negara di belahan dunia yang menjadikan layanan ini lebih mudah diakses, aman, cepat, dan dapat dipercaya.

PT. Pos Indonesia Kota Pekanbaru selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan kepada pelanggan karena dengan memuaskan pelanggan akan mampu mengikat pelanggan secara emosional, dan pelanggan akan lebih loyal terhadap perusahaan dan mereka akan dengan senang hati merekomendasikan kepada orang lain.

Pada prinsipnya PT. Pos Indonesia Kota Pekanbaru telah berusaha memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau konsumen, namun dari data pendapatan Wesel Pos terdapat penurunan. Hal ini dikarenakan munculnya perusahaan pesaing yang memberikan pelayanan jasa transfer uang yang lebih diminati oleh masyarakat atau konsumen.

Tabel 1.1
Pendapatan WeselPos pada PT. Pos
Indonesia Kota Pekanbaru, 2015

No	Bulan	Total
1.	Januari	Rp. 229.736.000
2.	Februari	Rp. 219.951.000
3.	Maret	Rp. 243.767.000
4.	April	Rp. 216.746.000
5.	Mei	Rp. 203.163.000
6.	Juni	Rp. 107.036.000
7.	Juli	Rp. 120.961.000
8.	Agustus	Rp. 178.764.000
9.	September	Rp. 98.265.000
10.	Oktober	Rp. 97.926.000
11.	November	Rp. 125.476.000
12.	Desember	Rp. 114.731.000
Total		Rp. 1.956.522.000

Sumber: PT. Pos Indonesia Kota Pekanbaru

Dari tabel ini dapat dilihat pendapatan WeselPos pada bulan Mei sebesar Rp. 203.163.000 (dua ratus tiga juta seratus enam puluh tiga ribu rupiah) namun mengalami penurunan yang drastis pada bulan Juni menjadi sebesar Rp. 107.036.000 (seratus tujuh juta tiga puluh enam ribu rupiah). Hal ini disebabkan karena adanya perubahan tarif yang ditetapkan oleh pihak PT. Pos Indonesia.

Hal ini menunjukkan bahwa PT. Pos Indonesia Kota Pekanbaru belum siap bersaing dengan perusahaan lain yang memberikan layanan jasa yang sama. Berdasarkan fenomena diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul, "Inovasi Pelayanan PT. Pos Indonesia Dalam Menghadapi Persaingan Jasa Pengiriman Uang (Studi Kasus PT. Pos Indonesia Di Pekanbaru)".

Konsep Teori

1. Strategi

Strategi diartikan sebagai pola atau rencana yang mengintegrasikan

tujuan pokok, kebijakan, dan rangkaian tindakan sebuah organisasi ke dalam satu kesatuan yang kohesif (James Brian Quinn dalam Iriantara, 2004:12).

Strategi organisasi terdiri menjadi dua, yaitu strategi inovasi dan strategi peningkatan kualitas. Strategi inovasi ditinjau dari koordinasi antar unit kerja, pemberian insentif kerja, dan penetapan standar kerja. Kemudian strategi peningkatan kualitas ditinjau dari penjabaran deskripsi kerja, partisipasi dalam pengambilan keputusan, penilaian pekerjaan, keseragaman perlakuan, dan pelatihan dan pengembangan kualitas (Simamora, 2001:196).

Ellitan (2008:9) ada beberapa strategi yang bisa diterapkan pada suatu organisasi atau perusahaan, yaitu sebagai berikut:

a. Strategi Teknologi

Penemuan-penemuan baru dalam bidang teknologi memerlukan sumberdaya baru untuk menambah manfaat dari aktivitas organisasi atau perusahaan.

b. Strategi Inovasi

Inovasi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam mencapai keunggulan kompetitif. Tanpa inovasi organisasi atau perusahaan akan mati. Organisasi atau perusahaan yang melakukan inovasi secara terus-menerus akan mendapatkan kreasi, model dan penampilan produk yang baru. Keberhasilan strategi inovasi yang dilakukan tergantung pada budaya organisasi atau perusahaan. Diperlukan kerjasama, pemikiran yang terbuka dan dukungan semua

pihak untuk tercapainya keberhasilan inovasi dalam mencapai keunggulan kompetitif dan menjadi organisasi atau perusahaan yang unggul dalam persaingan global.

2. Pelayanan

Hasibuan (2003:26) berpendapat bahwa pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

Tampubolon dalam **Sitorus (2009:55)** menyatakan bahwa pelayanan merupakan sesuatu yang baik bagi orang lain, sehingga pelayanan mengandung arti adanya pihak yang melayani yang disebut pelayanan, adanya pihak yang dilayani yang disebut pelanggan, terjadinya proses melayani dan dilayani atau memberi dan menerima.

3. Jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Walaupun demikian produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. Maksudnya ada produk jasa murni ada pula jasa yang membutuhkan produk fisik sebagai persyaratan utama, menurut Kotler dalam **Tjiptono (2005:112)**.

Menurut Lovelock dalam Haryanto (2014:30) service are economic activities offered by one

party to another. Often time-bised, performances bring about desired result to recipients, objects, or another asset for which purchasers have responsibility. Jasa adalah kegiatan ekonomi antara dua kelompok, dimana terdapat pertukaran nilai antara penjual dan pembeli, biasanya berdasarkan waktu. Jasa sebagai suatu proses mencakup empat pendekatan proses, yaitu:

- a. Jasa yang ditujukan pada manusia
- b. Jasa yang ditujukan pada barang dan benda fisik lainnya
- c. Jasa yang ditujukan pada pikiran manusia
- d. Jasa yang ditujukan pada asset tak terwujud

4. Inovasi

Basuki (2013:179) mengungkapkan bahwa inovasi pelayanan publik adalah pergeseran makna, prinsip-prinsip, proses, prosedur, dan model pelayanan publik yang lama ke yang baru dan dirancang untuk memberikan keuntungan bagi individu, kelompok, organisasi dan masyarakat pada umumnya. Berangkat dari rumusan tersebut, beberapa atribut dari inovasi pelayanan publik, sebagai berikut:

- a. *Relative Advantage*
- b. *Comability*
- c. *Complexity*
- d. *Triability*
- e. *Observability*

5. Analisis SWOT

Analisis SWOT berarti analisa terhadap strenght (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunity (peluang), threat (tantangan). Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor-faktor yang dari atau berada dalam suatu organisasi, sedangkan peluang dan tantangan adalah hal-hal yang dilihat atau yang datang lebih

banyak berasal dari luar organisasi (Jauhari, 2015:52).

Pada dasarnya alternatif strategi Rangkuti (2009:33) yang diambil harus diarahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan mempelajari kelemahan, memanfaatkan peluang-peluang bisnis serta mengantisipasi ancaman

Tabel 1.2
Matrik Analisis SWOT

	STRENGTH (S) Daftar semua kekuatan yang dimiliki	WEAKNESS (W) Daftar semua kelemahan yang dimiliki
OPPORTUNITY (O) Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi	STRATEGI SO Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	STRATEGI WO Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada
THREAT (T) Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi	STRATEGI ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindari dari semua ancaman	STRATEGI WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman

Sumber: Freddy Rangkuti, 2009

B. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan penelitian kualitatif yaitu menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek dan objek, baik lembaga, masyarakat, dan lain sebagainya, serta didasarkan atas hasil observasi yang dilaksanakan serta memberikan argumentasi terhadap apa yang ditemukan dan dihubungkan dengan konsep teori yang relevan.

2. Lokasi Penelitian

Untuk lokasi dan setting penelitian dipertimbangkan berdasarkan kemungkinan dapat tidaknya dimasuki dan dikaji lebih mendalam. Hal ini penting karena betapapun menariknya suatu kasus, tetapi jika sulit untuk diteliti maka akan menjadi suatu kerja yang sia-sia. Sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti, maka lokasi penelitian ini bertempat di kantor PT. Pos Indonesia Kota Pekanbaru.

3. Informan Penelitian

Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang memiliki pengetahuan, data, dan informasi terkait inovasi pelayanan PT. pos Indonesia dalam menghadapi persaingan jasa transfer uang di Kota Pekanbaru

- 1) Manajer Sumber Daya Manusia
- 2) Manajer Pelayanan
- 3) Masyarakat Pengguna Layanan

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tatacara atau tehnik pencarian data, baik yang berasal dari sumber atau objek penelitian sebagai berikut:

- a. Wawancara
- b. Observasi
- c. Dokumentasi

5. Analisa Data

Penelitian ini berfokus pada suatu objek penelitian tertentu dan mengalisanya sebagai kasus. Dalam mengalisa data, setelah informasi diperoleh melalui informan yang dianggap memiliki kapasitas untuk memberikan keterangan tentang masalah yang diteliti, kemudian dianalisa dengan menggunakan analisis SWOT. Adapun

matriks analisis SWOT yang akan digunakan penulis adalah:

Tabel 1.3
Analisis SWOT

	STRENGTH (S) Apa yang dilakukan dengan baik oleh perusahaan?	WEAKNESS (W) Apa yang Salah dengan perusahaan?
OPPORTUNITY (O) Kemungkinan apa yang dimiliki Perusahaan?	STRATEGI SO Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	STRATEGI WO Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada
THREAT (T) Apa yang dapat menjadi ancaman bagi perusahaan?	STRATEGI ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindari dari semua ancaman	STRATEGI WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Inovasi pelayanan PT. Pos Indonesia dalam Menghadapi Persaingan Jasa Transfer uang di Kota Pekanbaru

Untuk lebih mengetahui bagaimana inovasi PT. pos Indonesia dalam menghadapi persaingan jasa transfer uang di Kota Pekanbaru penulis menggunakan konsep Basuki yang mengungkapkan bahwa inovasi pelayanan publik adalah pergeseran makna, prinsip-prinsip, proses,

prosedur, dan model pelayanan publik yang lama ke yang baru dan dirancang untuk memberikan keuntungan bagi individu, kelompok, organisasi dan masyarakat pada umumnya. Berangkat dari rumusan tersebut, terdapat beberapa atribut dari inovasi pelayanan publik yang akan penulis paparkan berdasarkan wawancara, observasi lapangan serta beberapa dokumen yang menjadi penunjang. Adapun atribut dari inovasi pelayanan sebagai berikut:

a) *Relative Advantage*

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *relative advantage* yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia dalam memberikan layanannya kepada masyarakat adalah memberikan kebaruan dengan memberikan layanan yang lebih menguntungkan masyarakat baik dalam mempercepat layanan pengiriman uang dan kerja sama dengan badan usaha yang memberikan layanan yang sama agar pengguna layanan dapat menerima layanan yang layak.

b) *Compability*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan PT. Pos masih menyediakan jasa pelayanan yang hampir sama dengan yang lama yaitu wesel prima, yang prosesnya sedikit lebih lama dibandingkan dengan wesel instan dan western union. Uang yang ditransfer dengan menggunakan wesel prima dapat diterima oleh penerima sehari setelah pengirim mengirimkan uang. Pada wesel

prima uang akan diantarkan kerumah penerima atau dapat diambil di kantor pos tujuan. Layanan wesel prima tetap diberikan kepada masyarakat agar pelanggan yang sudah lama menggunakan jasa transfer uang tidak kaget akan adanya produk layanan baru.

c) Complexity

Dari penelitian dapat disimpulkan bahwa pengguna layanan harus bersedia untuk menerima ketentuan yang ditetapkan oleh PT. Pos Indonesia, yaitu memiliki identitas yang sama dengan yang diinput oleh pengirim. Apabila terjadi kesalahan penulisan nama, NIK ataupun alamat, maka penerima harus menyertakan identitas lain seperti SIM, Passport atau surat keterangan dari RT tempat tinggal penerima. Hal ini dilakukan oleh PT. Pos Indonesia agar tidak terjadi kasus penipuan yang akan merugikan pihak PT. Pos Indonesia.

d) Triability

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa PT. Pos Indonesia telah melakukan uji publik dengan mengeluarkan wesel prima terlebih dahulu agar masyarakat yang telah terbiasa menggunakan weselpos dimana sistemnya yang lambat perlahan dapat menyesuaikan dengan layanan baru yang lebih cepat. Setelah layanan wesel prima dapat diterima oleh pengguna layanan, PT. Pos Indonesia kembali menawarkan

layanan wesel instan yang jauh lebih cepat lagi. Setelah wesel prima berjalan dengan baik, PT. Pos Indonesia mulai berinovasi kembali dengan menggandeng western union serta bank-bank konvensional untuk menjalin kerjasama, agar pengguna layanan semakin dipermudah untuk melakukan pengiriman uang.

e) Observability

Dari penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan yang diberikan PT. Pos Indonesia dapat dirasakan oleh pengguna layanan, karena semakin banyaknya transaksi pengiriman uang yang terjadi dalam PT. Pos Indonesia kota Pekanbaru. Semakin banyak proses transaksi pengiriman uang maka keuntungan yang diterima oleh PT. Pos Indonesia juga semakin meningkat.

B. Strategi Inovasi PT. Pos Indonesia di Kota Pekanbaru dalam Menghadapi Persaingan Jasa Transfer Uang

Untuk mengetahui strategi inovasi pelayanan PT. pos Indonesia dalam menghadapi persaingan jasa transfer uang di Kota Pekanbaru, penulis menggunakan teknik wawancara untuk mendapatkan informasi tentang inovasi pelayanan PT. pos Indonesia dalam menghadapi persaingan jasa transfer uang di Kota Pekanbaru secara langsung dari kata-kata informan. Wawancara dilakukan secara terstruktur dan menggunakan pedoman wawancara yang meliputi:

Strength, Weakness, Opportunities, dan Threat.

a) Strength

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kekuatan pertama yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia adalah memiliki jaringan pelayanan yang cukup luas yang dapat menyentuh pelosok dimana tidak ada badan usaha yang dapat menyediakan layanan yang sama, dengan cara merekrut agen-agen pos yang mana agenpos ini dapat bekerja hingga ke daerah terpencil.

Kekuatan kedua yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia adalah sistem pelatihan yang rutin dilakukan oleh PT. Pos Indonesia agar pelayanan yang diberikan kepada pelanggan semakin meningkat dan semakin diminati oleh masyarakat.

Kekuatan ketiga yang dimiliki PT. Pos Indonesia adalah menurunkan tarif transfer yang ditetapkan oleh PT. Pos Indonesia agar pengguna layanan tidak terlalu terbebani dengan biaya yang mahal. Dengan penurunan tarif ini diharapkan agar masyarakat selaku pengguna layanan dapat menggunakan layanan transfer uang tanpa harus mengeluarkan biaya lebih.

Kekuatan keempat yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia adalah sarana dan prasarana yang sudah memadai yang dapat menunjang setiap layanan yang ditawarkan oleh PT. Pos Indonesia kepada masyarakat.

Kekuatan kelima yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia adalah transfer uang dengan menggunakan wesel instan dan western union dapat diterima oleh penerima secepat SMS dan dapat

diambil dikantor pos atau outlet western union dimana saja.

Kekuatan keenam yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia adalah pengirim dapat melacak kiriman weselpos melalui website PT. Pos Indonesia dengan memasukkan nomor kiriman atau nomor resi.

b) Weakness

Jadi dapat disimpulkan bahwa kelemahan pertama yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia adalah kesan kuno yang masih melekat pada PT. Pos Indonesia mempengaruhi sebagian besar masyarakat untuk menggunakan layanan yang ditawarkan.

Kelemahan kedua yang dimiliki PT. Pos Indonesia adalah pengguna layanan transfer uang yang sebagian besar hanya menyentuh kalangan menengah kebawah. Hal ini terjadi karena kompetitor PT. Pos Indonesia yang banyak dan menawarkan layanan jasa yang lebih menguntungkan serta lebih canggih.

c) Opportunity

Peluang yang dimiliki PT. Pos Indonesia yang pertama adalah peluang yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia adalah kepercayaan masyarakat yang cukup tinggi terhadap PT. Pos Indonesia menimbulkan permintaan akan kantor pos yang hadir di daerah tertentu.

Peluang kedua yang dimiliki adalah layanan yang banyak dimana dalam satu atap masyarakat dapat melakukan kegiatan pengiriman suratpos dan dokumen melalui Poskilat Khusus, Pos Express, EMS (Express Mail Service, untuk kiriman keluar

negeri) serta Ordinary Mail (Suratpos Standar), pengiriman barang melalui Paketpos (biasa dan kilat khusus) serta kiriman barang keluar negeri, penjualan benda pos seperti prangko dan materai, penerimaan pembayaran berbagai tagihan (billing) seperti listrik (PLN), telepon, seluler, air minum (PDAM), asuransi, kartu kredit, dan lain sebagainya.

Peluang ketiga yang dimiliki adalah kerjasama yang dijalin bersama beberapa perusahaan ataupun badan usaha yang dapat mempercepat kegiatan layanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia

d) Threat

Dapat disimpulkan bahwa ancaman pertama yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia di kota Pekanbaru adalah jiwa sumber daya manusia yang bekerja masih kurang kompetitif dalam mencari dan menangkap berbagai peluang bisnis yang bisa menjadi sumber pendapatan perusahaan, karyawan lebih banyak bersikap menunggu.

Ancaman kedua yang dihadapi oleh PT. Pos Indonesia kota Pekanbaru adalah semakin banyak kompetitor yang menyediakan layanan yang sama tetapi dalam bentuk yang lebih simpel dan lebih murah. Kompetitor juga menyediakan layanan yang dapat diakses oleh pelanggan kapanpun dan dimana pun selama terdapat jaringan yang dapat menghubungkan aplikasi dengan bank maupun kartu kredit.

Ancaman ketiga yang dihadapi oleh PT. Pos Indonesia di Kota Pekanbaru adalah kompetitor yang menyediakan layanan yang

lebih canggih seperti mesin ATM. E-banking, m-banking yang menjadi andalan dari bank sebagai kompetitor.

Ancaman keempat yang dihadapi oleh PT. Pos Indonesia adalah program promosi yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia masih kurang, bahkan promosi dari kompetitor jauh lebih menarik. Sehingga sebagian besar masyarakat lebih memilih menggunakan layanan yang ditawarkan kompetitor dibandingkan dengan layanan yang ditawarkan oleh PT. Pos Indonesia.

Dalam rangka menentukan strategi yang tepat maka keempat faktor tersebut selanjutnya dimasukkan kedalam Matriks Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threat*).

a) **Strategi SO: Strategi ini dilaksanakan dengan cara menggunakan kekuatan (*Strengths*) guna memanfaatkan peluang (*Oppurtunities*) yang ada.**

- Menjaga nama baik dan citra perusahaan
- Menyediakan layanan yang lebih menguntungkan pelanggan
- Memperluas jaringan pelayan dan distribusi
- Meningkatkan kualitas SDM
- Memelihara kualitas serta mutu pelayanan

b) **Strategi ST: Strategi ini dilakukan dengan menggunakan kekuatan (*Strengths*) yang ada guna menghadapi berbagai ancaman (*Threats*) yang datang.**

- Meningkatkan kualitas pelayanan
 - Mengembangkan strategi pemasaran yang baik sesuai dengan visi dan misi
- c) **Strategi WO: Strategi ini merupakan langkah meminimalkan kelemahan (*Weakness*) guna memanfaatkan peluang (*Oppurtunities*) yang ada.**
- Melakukan sosialisasi dan promosi untuk layanan transfer uang diseluruh kantor pos dan juga daerah-daerah
 - Memberikan kesan baru kepada masyarakat dengan layanan baru yang dapat menyentuh kalangan muda
- d) **Strategi WT: Strategi ini dilaksanakan dengan maksud meminimalkan kelemahan (*Weakness*) untuk mengurangi ancaman(*Threats*).**
- Mengamati dan menganalisa perubahan yang dilakukan kompetitor
 - Mementingkan kebutuhan pelanggan
 - Mengadakan promosi yang dapat menarik pelanggan

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya bahwa Inovasi PT. Pos Indonesia dalam menghadapi persaingan jasa transfer uang di

kota Pekanbaru masih terhambat dengan beberapa hal seperti promosi dan kurangnya penganalisaan terhadap produk baru yang disediakan oleh kompetitor.

2. Dari hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh peneliti dari strategi PT. Pos Indonesia dalam menghadapi persaingan jasa transfer uang di Kota Pekanbaru belumlah berjalan secara maksimal. Hal ini dapat dilihat dari masih lemahnya pemanfaatan kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia seperti belum berhasilnya PT. Pos Indonesia menarik perhatian masyarakat dari semua kalangan untuk dapat menggunakan layanan yang disediakan meski memiliki banyak kantor pos hingga ke daerah-daerah terpencil sekalipun. Dan juga belum mampu memaksimalkan peluang-peluang yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia seperti memiliki banyak layanan yang dapat diterima masyarakat dalam satu atap Tenaga Kesehatan Dalam Pelayanan Pasien Di Puskesmas Rantau Panjang Kiri

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai inovasi pelayanan PT. Pos Indonesia dalam menghadapi persaingan jasa transfer uang di Kota Pekanbaru maka saran yang diberikan penulis adalah: hasil penelitian dan pembahasan mengenai kinerja tenaga kesehatan dalam pelayanan di Puskesmas Rantau Panjang Kiri penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Memberikan inovasi baru yang jauh lebih praktis, dapat diakses oleh masyarakat kapan saja. Dengan jumlah kantor pos yang ada dimana-mana program inovasi baru akan mampu bersaing dengan kompetitor.
2. PT. Pos Indonesia memaksimalkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki organisasi dalam persaingan jasa transfer uang di kota Pekanbaru pemanfaatan kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia seperti menarik perhatian masyarakat dari semua kalangan untuk dapat menggunakan layanan yang disediakan karena PT. Pos Indonesia memiliki banyak kantor pos hingga ke daerah-daerah terpencil sekalipun. Dan juga PT. Pos Indonesia dapat memanfaatkan setiap peluang yang dimilikinya seperti jenis jasa layanan yang semakin banyak ditawarkan kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Adrian, Payne. 2000. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Anatan, Lina dan Lena Ellitan. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Bisnis Modern*. Bandung: Alfabeta.
- Barata, Atep Adya. 2004. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Gramedia
- Basuki, Johanes. 2013. *Budaya Pelayanan Publik*. Jakarta: Penerbit Hartomo Media Pustaka.
- Boediono. 2003. *Pelayanan Prima Perpajakan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dwiyanto, Agus. 2005. *Mewujudkan Good Governance*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Ellitan, Lena dan Lina Anatan. 2008. *Manajemen Strategi Operasi: Teori dan Riset di Indonesia*. Bandung: Alfabeta.
- Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hartog dan De Jong. 2003. *Leadership as a Determinant of Innovative Behaviour. A Conceptual Framework*.
- Hasibuan, Malayu SP. 2003. *Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kasmir. 2006. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2005. *Strategi "Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif"*. Jakarta: Erlangga.

- Kurniawan, Agung. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaruan.
- Jauhari, Hasnun Ritonga. 2015. *Manajemen Organisasi: Pengantar Teori dan Praktek*. Medan: Perdana Publishing.
- Lukman, Sampara. 2000. *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: STIA LAN Press.
- Lewis, Carol W and Stuart C. Gilman. 2005. *The Ethics Challenge In Public Service: A Problem Solving Guide*. San Fransisco, Jossey-Bass.
- Mahmudi. 2005. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Moenir, H.A.S. 2006. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Napitupulu, Paimin. 2007. *Pelayanan Publik dan Customer Satisfaction*. Bandung: Alumni.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis edisi 16*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ridwan, Juniarso dan Achmad Sodik. 2009. *Hukum Administrasi Negara dan Kebijakan Pelayanan Publik*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Simamora, Hendry. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia edisi 2*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sitorus, Monang. 2009. *Pelayanan Publik*. Bandung: UNPAD Press.
- Suwarno, Yogi. 2008. *Inovasi di Sektor publik*. Jakarta: STIA-LAN Press.
- Taufik, Tatang. 2005. *Pengembangan Sistem Inovasi Daerah: Perspektif Kebijakan, Pusat Pengkajian Kebijakan, Pengembangan Unggulan Daerah dan Peningkatan Kapasitas Masyarakat*. Jakarta: BPPT.
- Thoah, Miftah. 2001. *Perilaku organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Wasistiono, Sadu. 2001. *Kapita Selekta Manajemen Pemerintah Daerah*. Sumedang: Alqoprint.
- Winarsih, Atik Septi dan Ratminto. 2008. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Jurnal:**
- Tri Susilowati. 2014. *Studi Tentang Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) di Kantor Pos Samarinda 75000*. Volume 2, Nomor 4, 2014: 1787-1800. Program Studi Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.
- Skripsi:**
- Andarawan Dipunugroho. 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kemampuan Inovasi terhadap*

- Minat Beli Ulang dengan Daya Tarik Produk sebagai Variabel Intervening.* Dipublikasikan. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Ahmad Azmy. 2015. *Mengembangkan Human Resource Management yang Strategis untuk Menunjang Daya Saing Organisasi: Perspektif Manajemen Kinerja (Performance Management) di Bank Syariah.* Dipublikasikan. Management Programme, Tanri Abeng University.
- Alfiani Ekasari. 2014. *Implementasi Kebijakan Pelayanan Izin Mendirikan Bangunan di Kantor Pelayanan Terpadu Kabupaten Soppeng.* Dipublikasikan. Program Studi Ilmu Pemerintahan, Jurusan Politik Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.
- Arie Angga Lubis. 2014. *Kualitas Pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) (Studi Kasus Pengiriman Pos Express di Kantor Pos Pekanbaru 28000).* Tida dipublikasikan. Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau.
- Dina Uliana. 2012. *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Starbucks VIA).* Dipublikasikan. Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Kekhususan Pemasaran, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.
- Hendri Yadi. 2014. *Penerapan Analisis SWOT Manajemen Pemasaran Bisnis Developer (Studi: Perumusan Strategi Pemasaran PT. Sinar Mulya Sejahtera Pekanbaru.* Dipublikasikan. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau.
- Ryan Haryanto. 2014. *Kualitas Pelayanan PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Dumai (Studi Kasus Dalam Pemberian Jasa Paketpos).* Dipublikasikan. Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau.
- Wilbron Andre Siston. 2009. *Suatu Tinjauan Pelayanan Publik Pada Kantor Camat Payung Sekaki Kota Pekanbaru.* Dipublikasikan. Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau.

Web:

<http://www.posindonesia.co.id/indeks.php/produk/jasa-keuangan/weselpos> .diakses pada tanggal 13 Desember 2015.