

PENGENALAN FITUR FREE PICKUP SERVICE PADA APLIKASI “POSAJA” SEBAGAI UPAYA MEMPERMUDAH MASYARAKAT DALAM MENGIRIM PAKET

INTRODUCTION OF THE FREE PICKUP SERVICE FEATURE ON THE "POSAJA" APPLICATION AS AN EFFORT TO MAKE IT EASIER FOR THE PUBLIC IN SENDING PACKAGES

Bagus Susanto¹, Fani Khoirotunnisa²

¹Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
e-mail Korespondensi: bagus.susanto33@gmail.com

Abstract

Seeing the competition in the business market world is getting tighter, PT. Pos Indonesia (Persero) which provides goods or mail delivery services if it does not innovate it will be less competitive, currently PT. Pos Indonesia (Persero) is ranked number 3 nationally in the national ranking of services. Free pickup service or free package pick-up is an effort made by PT. Pos Indonesia (Persero) so that customers do not go to other delivery services. The PosAja Indonesia application has great potential with various services provided, but the concern of the Indonesian people for the PosAja application is still lacking because of a number of problems, including PosAja is still fairly new, so the author is very interested in introducing the application as a form of community service with the title "The introduction of the free pickup service feature in the PosAja application as an effort to make it easier for people to send packages". Application introduction activities are carried out through Instagram social media by distributing posters addressed to all Indonesian people. The community service period starts on December 14 – 18, 2023. For technical implementation, it starts from planning, action, and evaluation. The results of the introduction of the PosAja application through Instagram received a positive response from the public, and simply added information to the community. With the introduction of the PosAja application, it is expected that users of this application will increase. The introduction of the free pickup service feature of the PosAja application is expected that the public can know the existence of the PosAja application so as to increase the adoption of the PosAja application.

Key word: *Introduction, Free Pickup Service, PosAja Application, Send Package*

Abstrak

Melihat persaingan dunia pasar bisnis semakin ketat PT. Pos Indonesia (Persero) yang menyediakan layanan pengiriman barang atau surat apabila tidak melakukan inovasi maka akan kalah bersaing, saat ini PT. Pos Indonesia (Persero) menduduki peringkat nomor 3 nasional dalam peringkat skala nasional bidang jasa. Jasa *free pickup service* atau penjemputan paket secara gratis merupakan upaya yang dilakukan PT. Pos Indonesia (Persero) agar customer tidak pergi kepada jasa pengiriman lain. Aplikasi PosAja Indonesia memiliki potensi yang besar dengan berbagai layanan yang disediakan, akan tetapi kepedulian masyarakat Indonesia terhadap aplikasi PosAja masih kurang karena sejumlah permasalahan antara lain PosAja masih terbilang cukup baru, maka penulis sangat tertarik untuk melakukan pengenalan aplikasi sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pengenalan Fitur *Free Pickup Service* Pada Aplikasi PosAja Sebagai Salah Satu Upaya Mempermudah Masyarakat Dalam Mengirim Paket”. Kegiatan pengenalan aplikasi dilakukan melalui sosial media instagram dengan cara membagikan poster dan video tutorial yang ditujukan kepada seluruh masyarakat Indonesia. Waktu pengabdian masyarakat dimulai pada 14 Agustus – 15 Desember 2023. Untuk teknis pelaksanaan dimulai dari perencanaan, tindakan, dan evaluasi. Hasil dari pengenalan aplikasi PosAja melalui instagram mendapatkan respon positif dari masyarakat, dan cukup menambah informasi pada masyarakat. Dengan pengenalan aplikasi PosAja diharapkan pengguna aplikasi ini semakin meningkat. Pengenalan layanan fitur *free pickup service* aplikasi PosAja diharapkan masyarakat dapat mengetahui keberadaan aplikasi PosAja sehingga meningkatkan penggunaan aplikasi PosAja.

Kata Kunci: *Pengenalan, Free Pickup Service, Aplikasi PosAja, Kirim Paket.*



CC Attribution-ShareAlike 4.0

Copyright © 2024 Author

Diterima: 29 Desember 2023; Disetujui: 10 Februari 2024; Terbit: 13 Februari 2024

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ini berkembang cukup pesat dan mempengaruhi berbagai aspek yang berkaitan terbukti dari munculnya berbagai macam usaha yang dibangun oleh masyarakat. Perkembangan teknologi yang disertai kemunculan e-commerce mengubah kebiasaan berbelanja masyarakat menjadi berbelanja secara daring, hal ini sangat berpengaruh dalam dunia usaha (Fitriani, et al., 2023). Di Indonesia nilai transaksi pada e-commerce mengalami peningkatan yang cukup pesat karena kenaikan jumlah pengguna, pada tahun 2018 kenaikan tersebut hingga mencapai Rp77,766 triliun (Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan, 2019). Hasil penelitian yang dilakukan Mark Plus (Bayu, 2020) terjadi peningkatan penggunaan jasa kirim barang yang dibeli melalui e-commerce yaitu sebesar 85,2% orang Indonesia. Survei yang dilakukan pada 122 partisipan di seluruh Indonesia yaitu 41,2% non-Jabodetabek dan 59,8% dari Jabodetabek.

Melihat persaingan dunia pasar bisnis semakin ketat PT. Pos Indonesia (Persero) yang menyediakan layanan pengiriman barang atau surat apabila tidak melakukan inovasi maka akan kalah bersaing, saat ini PT. Pos Indonesia (Persero) menduduki peringkat nomor 3 nasional dalam peringkat skala nasional bidang jasa pengiriman dibawah JNE dan JNT (Santosa & Tumanggor, 2023). Pada mulai tahun 2004 PT. Pos Indonesia (Persero) berbagai upaya dilakukan untuk mengikuti perkembangan zaman salah satunya yaitu bertransformasi digital yang bertujuan untuk menandingi kompetitor ekspedisi-ekspedisi lainnya, semula PT. Pos dikhususkan hanya untuk pengiriman surat saja akan tetapi sekarang juga melakukan inovasi dengan menjalankan bisnis yang bergerak pada bidang logistik (Saputra, et al., 2023).

Dalam persaingan bisnis untuk dapat mempertahankan pelanggannya perusahaan penyedia layanan jasa pengiriman harus dapat menciptakan strategi maupun inovasi agar lebih unggul dan dapat bersaing, saat ini banyak sekali perusahaan serupa PT. Pos Indonesia (Persero) dimana menyediakan layanan jasa pengiriman yang muncul dan menjadi pesaing diantaranya yaitu Shopee Express, Lion Parcel, Lion Parcel, Esl Express, Anter Aja, Ninja Express, Sicepa, JNT, JNT, Tiki danlainnya.

Salah satu cara yang digunakan PT. Pos Indonesia (Persero) dalam menanggapi permasalahan tersebut adalah menyediakan layanan *free pickup service* melalui aplikasi PosAja yaitu jasa layanan penjemputan paket atau jasa layanan Pick Up secara gratis yang merupakan transformasi perkembangan dalam bidang logistik (Elisabeth & Novanti, 2023). PT. Pos Indonesia (Persero) dengan adanya jasa layanan ini diharapkan mampu bersaing ketat dengan kompetitor lainnya. Layanan ini tersedia di berbagai penjuru Indonesia dan sudah tersebar layanan penjemputan paket (*Pick Up*) ini.

Jasa *free pickup service* atau penjemputan paket secara gratis merupakan upaya yang dilakukan PT. Pos Indonesia (Persero) agar customer tidak pergi kepada jasa pengiriman lain, pelayanan yang baik dan dilakukan sepenuh hati diharapkan dapat mempertahankan loyalitas customer. Pelayanan yang prima terlebih nyaman dengan adanya layanan gratis tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan setia, aplikasi PosAja merupakan inovasi yang dilakukan PT. Pos Indonesia (Persero) karena semakin tingginya persaingan pada jasa pengiriman dalam bidang bisnis digital.

Untuk para customer atau pelanggan setia pos dengan lahirnya aplikasi PosAja diharapkan dapat semakin mempermudah dalam proses pengiriman barang, karena cukup berbekal Smartphone saja dengan menggunakan aplikasi berbasis layanan PosAja pemesanan dapat dilakukan dari rumah sehingga masyarakat tidak perlu repot-repot mengantarkan paket ke kantor Pos karena dapat dilakukan penjemputan paket (*Pick Up*) secara gratis tanpa dipungut biaya apapun, selain itu di aplikasi PosAja juga terdapat beberapa fitur layanan misalnya layanan logistik dan dapat dipesan dengan mudah.

Aplikasi PosAja sangat mudah diakses oleh masyarakat dan memiliki banyak layanan fitur sehingga PT. Pos Indonesia (Persero) menjadikan aplikasi ini sebagai salah satu basis layanan logistik unggulan, aplikasi ini dalam memberikan layanan jasa penjemputan surat atau paket sangat mudah untuk dioperasikan seluruh pelanggan PosAja di Indonesia. Aplikasi PosAja menggunakan fitur yang sangat sederhana sehingga pelanggan cepat paham dengan beberapa layanan tersedia. Aplikasi PosAja sudah dibekali berbagai fitur yang dibutuhkan oleh masyarakat, salah

satunya yaitu fitur bayar ditempat atau sering disebut *Cash On Delivery* (COD) sehingga pemesanan dapat dilakukan secara mudah dan tidak perlu lagi menggunakan aplikasi berbasis Marketplace lainnya. (Al Akhmad, 2023)

Aplikasi PosAja Indonesia memiliki potensi yang besar dengan berbagai layanan yang disediakan, akan tetapi kepedulian masyarakat Indonesia terhadap aplikasi PosAja masih kurang karena sejumlah permasalahan antara lain PosAja masih terbilang cukup baru, penggunaan aplikasi ini masih jauh dari target yang diharapkan. Berdasarkan permasalahan yang sudah disampaikan sebelumnya, maka penulis sangat tertarik untuk melakukan penegralan aplikasi sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pengenalan Fitur *Free Pickup Service* Pada Aplikasi PosAja Sebagai Salah Satu Upaya Mempermudah Masyarakat Dalam Mengirim Paket".

METODE

Pada bagian sebelumnya berdasarkan fenomena yang sudah ditemukan, kegiatan pengabdian yang akan dilakukan adalah "Pengenalan Fitur *Free Pickup Service* Pada Aplikasi PosAja Sebagai Salah Satu Upaya Mempermudah Masyarakat Dalam Mengirim Paket". Kegiatan pengenalan aplikasi dilakukan melalui sosial media instagram dengan cara membagikan poster & video tutorial yang ditujukan kepada seluruh masyarakat Indonesia. Waktu pengabdian masyarakat dimulai pada 14 Agustus–15 Desember 2023. Untuk teknis pelaksanaan dimulai dari perencanaan, tindakan, dan evaluasi. Dalam perencanaan, penulis memulai kegiatan dengan cara mengidentifikasi kebutuhan masyarakat dan pengabdian mulai menentukan desain poster dan video tutorial yang menarik kemudian akan disebarluaskan melalui media sosial instagram. Untuk tindakan yang dilakukan adalah dengan cara membagikan link poster yang diupload di instagram ke WhatsApp dengan cara meminta teman-teman memberikan like pada postingan tersebut sebagai tanggapan bahwa mereka memahami isi dari poster dan video tutorial tersebut. Evaluasi yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini diperlukan untuk mengetahui sejauh mana materi sosialisasi penggunaan aplikasi PosAja sebagai salah satu upaya mempermudah masyarakat dalam mengirim paket dapat dipahami dan diterima oleh peserta. Evaluasi dilakukan dengan

melihat jumlah like pada postingan poster pada dan komentar yang diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial merupakan transformasi digital dari dalam bidang informasi dan komunikasi karena adanya perkembangan teknologi. Media sosial seiring dengan fenomena perkembangan teknologi memunculkan dampak negatif maupun positif. Media sosial memiliki fungsi utama sebagaimana salah sarana komunikasi yang menghubungkan antar pengguna, sebagai alternatif sumber informasi media sosial juga dapat dijadikan untuk jawaban atas pertanyaan keseharian termasuk info penggunaan aplikasi PosAja sebagai salah satu upaya mempermudah masyarakat dalam mengirim paket (Leli et., al. 2023). Pengenalan aplikasi ini dimulai dari pengenalan aplikasi PosAja pada masyarakat.

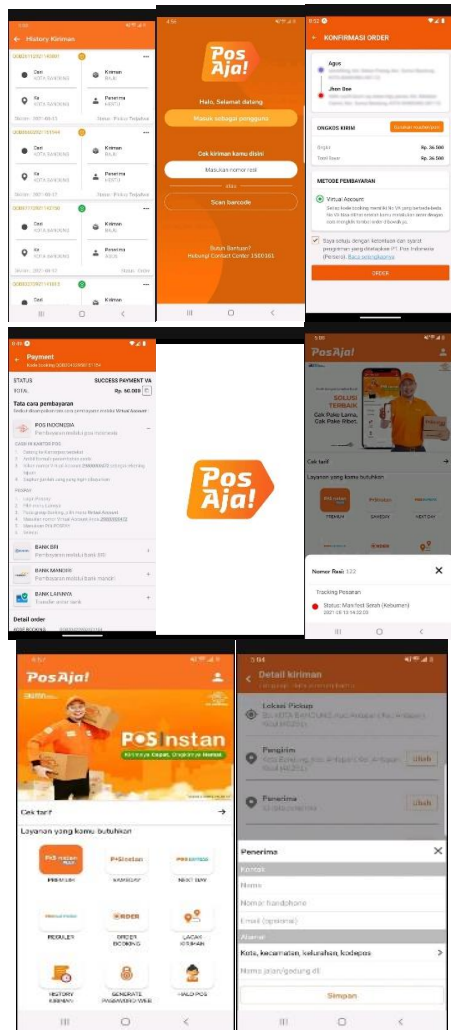
Teknik komunikasi yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan pengenalan dapat menggunakan pendekatan penyampaian yang lugas dan sederhana kepada masyarakat (Saraswati et., al. 2020). Pendekatan melalui media sosial merupakan yang paling sederhana sehingga dianggap penting dan memiliki manfaat yang lebih terutama untuk generasi muda (Sari dan Basit, 2020). Remaja cenderung mudah untuk menerima informasi baru sehingga pendekatan melalui remaja dirasa tepat. Remaja memiliki keingintahuan yang besar dan pandangan yang luas akan suatu masalah. Pengenalan fitur *free pickup service* pada aplikasi PosAja sebagai salah satu upaya mempermudah masyarakat dalam mengirim paket dimulai dari pengenalan aplikasi PosAja.

Pengenalan Aplikasi Posaja

PT Pos Indonesia (Persero) memiliki layanan resmi dalam pengiriman barang yaitu PosAja yang dapat digunakan untuk order pengiriman surat atau paket oleh para pebisnis online maupun seluruh masyarakat. Aplikasi ini bisa diunduh melalui Playstore dan Appstore. Fitur-fitur layanan di dalam aplikasi PosAja yaitu sebagai berikut

Aplikasi ini dapat didownload di App Store dan Play Store. Di dalam aplikasi PosAja terdapat fitur-fitur layanan sebagai berikut:

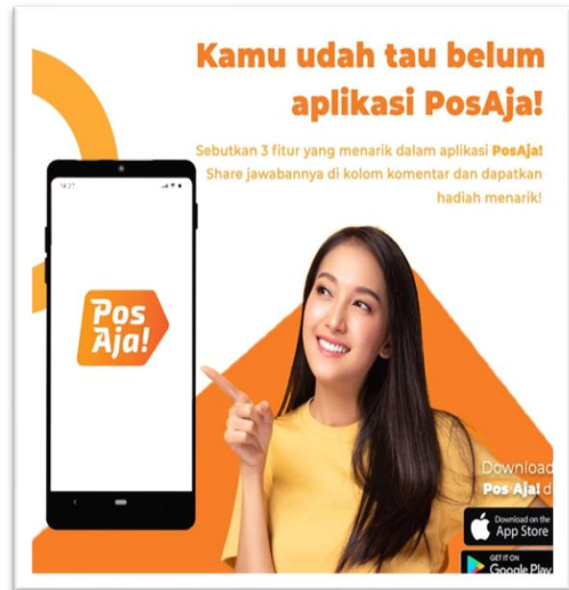
- Jasa Pengiriman Paket (Domestik)
- Free Pickup Service* dan COD (*Cash On Delivery*)
- Cek Tarif dan Lacak paket



Gambar 1. Layanan pada aplikasi PosAja



Gambar 2. Poster pengenalan aplikasi PosAja

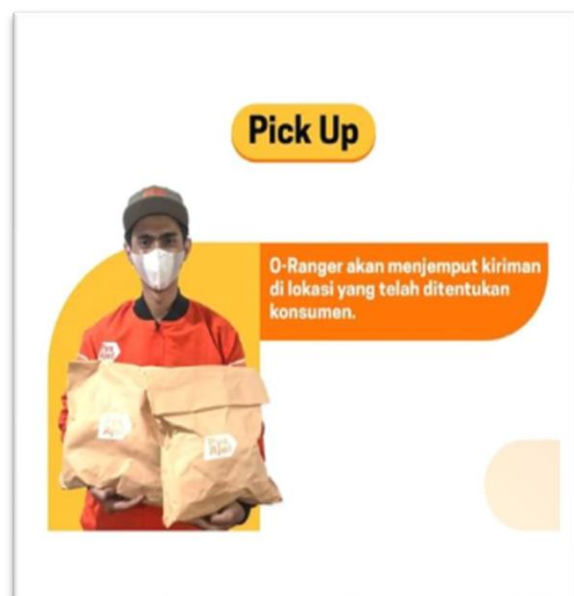


Gambar 3. Poster pengenalan aplikasi PosAja

Pengenalan Fitur *Free Pickup Service*

Dengan adanya layanan *free pickup service* pelanggan dapat dengan mudah melakukan transaksi barang. Layanan ini dapat digunakan hanya dengan cukup mengakses aplikasi saja sehingga masyarakat kini tidak lagi datang ke agen pos. Selain itu juga terdapat servis tambahan berupa pengepakan barang sehingga para customer mendapatkan banyak benefit dari layanan yang ada.

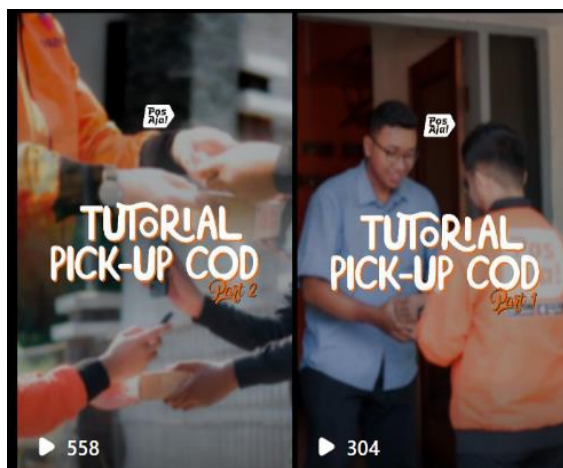
Free layanan *Pick Up* pada program aplikasi PosAja ini ditujukan terutama untuk UMKM berbasis online di Indonesia. Dengan adanya layanan ini diharapkan dapat meningkatkan semangat pengusaha UMKM



Gambar 4. Poster fitur *Pick Up*



Gambar 5. Poster fitur Pick Up



Gambar 6. Video Pengenalan fitur free pickup service

Link: https://www.instagram.com/reel/CyAcKJ3pLGB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=ZTcxMWMzOWQ1OA==

Evaluasi Dan Monitoring Program

Tanggapan yang diberikan masyarakat terkait layanan *free pickup service* aplikasi post saja setelah kegiatan pengenalan melalui instagram cukup menambah informasi pada masyarakat.

Tanggapan responden 1 yaitu menyatakan “sejak tahun 2020 awal mula layanan PosAja, PosAja menjadi layanan transaksi pengiriman barang atau dokumen saja. Pengenalan aplikasi PosAja awalnya hanya dilakukan melalui *word to mouth*, akan tetapi PT. POS semakin meningkatkan pengenalan aplikasi melalui media sosial. PosAja menjadi sarana bagi Oranger Pos pada saat melakukan

pick up service barang pelanggan maupun dokumen, dimana hadirnya aplikasi ini semakin mempermudah pelanggan untuk mengirim barang maupun dokumen melalui kantor Pos. Sistem kemitraan dan layanan kantor Pos secara otomatis terhubung dengan sistem layanan aplikasi PosAja, pada saat dilakukan entri pengiriman di aplikasi PosAja oleh pelanggan maka *quick order booking* dan resi pengiriman bisa langsung muncul. Nomor order pelanggan atau biasa disebut dengan *Quick order booking* merupakan nomer yang digunakan untuk melakukan pengiriman barang, petugas *pick up* nanti akan melakukan input nomer tersebut pada sistem aplikasi”. Selain itu tanggapan yang diberikan responden terkait dengan penjemputan barang secara gratis yaitu banyak diminati masyarakat hal ini terlihat dari banyaknya jumlah like pada postingan. Tanggapan yang diberikan responden adalah mereka merasa senang dapat melakukan pengiriman barang tanpa harus datang ke Kantor Pos untuk mengirim paket karena sudah ada fitur *free pickup service*.

Menurut responden ke – 2, layanan PosAja sangat membantu disela kesibukan para customer tanpa harus datang ke kantor pos. Layanan PosAja sangat memudahkan masyarakat dari penjuru Indonesia terlebih pelanggan yang rumahnya di pelosok desa, masyarakat tidak perlu lagi jauh-jauh ke Kantor Pos kalau ingin mengirim barang. Masyarakat hanya perlu mengisi lewat aplikasi PosAja selanjutnya petugas pick up akan datang menjemput barang tersebut.

Menurut responden – 3, jawaban yang diberikan kurang lebih sama. Layanan PosAja sangat memudahkan pelanggan apalagi berbagai fitur layanan yang terdapat dalam PosAja salah satunya yaitu cek tarif, dengan adanya layanna ini pelanggan dapat mengetahui biaya harga kiriman dan mempersiapkan uang tersebut. Bagi para *seller* yang baru saja merintis usaha PosAja dianggap sangat membantu karena cukup terjangkau, bahkan pada momen-momen tertentu Kantor Pos sering memberi diskon biaya kiriman.

Jadi dapat diambil kesimpulan layanan PosAja sangat memudahkan dan membantu para pelanggan maupun pihak kantor pos, dengan adanya layanan PosAja mereka juga merasa masa-sama diuntungkan. Hasil dari pengabdian masyarakat ini sejalan dengan peneliti terdahulu, yang menunjukkan bahwa nilai daya tarik PT Pos Indonesia (Persero)

meningkat daripada perusahaan jasa pengiriman yang lain setelah adanya optimalisasi layanan PosAja. Pendapat ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Hilman & Wicaksana (2019) yang meneliti tentang optimalisasi *pick up service* dengan strategi *product development*, hasil dari penelitian tersebut adalah nilai daya tarik kantor Pos dapat meningkat lebih tinggi dari para pelanggan dengan adanya optimalisasi layanan pengiriman.

KESIMPULAN

Aplikasi PosAja memiliki beberapa masalah yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat terhadap aplikasi tersebut diantaranya positioning masih kurang jelas sehingga persepsi dan target pasar terhadap PosAja masih belum terbentuk dengan kuat. Maka dari itu perlu adanya inovasi, salah satu inovasi yang ada dalam aplikasi PosAja adalah *free pickup service*. Penulis akan melakukan pengenalan fitur *free pickup service* pada aplikasi PosAja sebagai salah satu upaya mempermudah masyarakat dalam mengirim paket. Hasil dari pengenalan aplikasi PosAja melalui instagram mendapatkan respon positif dari masyarakat, dan cukup menambah informasi pada masyarakat. Dengan pengenalan aplikasi PosAja diharapkan pengguna aplikasi ini semakin meningkat. Pengenalan layanan fitur *free pickup service* aplikasi PosAja diharapkan masyarakat dapat mengetahui keberadaan aplikasi PosAja sehingga meningkatkan penggunaan aplikasi PosAja. Saran untuk aplikasi PosAja yaitu untuk terus melakukan inovasi dan perbaikan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Akhmad, F. C. (2023). STRATEGI REPOSITIONING PT POS INDONESIA KPRK JEPARA 59400 (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG).
- Bayu, D., J. (2020). Survei MarkPlus: Frekuensi Penggunaan Jasa Kurir Meningkat saat Pandemi. Katadata.co.id; Databoks. Tersedia di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/22/survei-markplusfrekuensi-penggunaan-jasa-kurir-meningkat-saat-pandemi> [Diakses 15 Desember 2023]
- Elisabeth, C. R., & Novanti, I. K. (2023). Analisis Layanan Pick Up Service O-Ranger dalam Peningkatan Pendapatan Surat dan Paket Logistik Pada Kantor Pos Pemeriksa Purworejo. *Jurnal Akuntansi*, 17(01), 30-41.
- Fitriani, H., Bastari, R. P., & Yudiarti, D. (2023). PERANCANGAN MEDIA PROMOSI APLIKASI POSAJA PT. POS INDONESIA. *eProceedings of Art & Design*, 10(2).
- Hilman, T., & Wicaksana, M., A. (2019). Optimalisasi Pick Up Service Di Kantor Pos Wonogiri Dengan Strategi Product Development. *Jurnal Logistik Bisnis*, 9(2) 48-54. <https://doi.org/10.46369/logistik.v9i02.565>
- Leli, N., Nurhadiah, N., Handayani, R. T., & Suhairi, S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Massa dalam Memperluas Jangkauan dan Meningkatkan Interaksi dengan Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 436-444.
- Santosa, S., & Tumanggor, T. C. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE APLIKASI POSAJA. *Pro Mark*, 13(1), 77-86.
- Saputra, A. M., Ilmi, D. A., Angelina, W., Gadzali, S. S., & Ausat, A. M. A. (2023). PT Pos Indonesia Public Service Innovation in Maintaining Existence and Competitiveness in the Industrial Era 4.0 (Case Study of PT Pos Indonesia KC Subang). *Journal on Education*, 5(3), 10302-10311.
- Saraswati, A., & Prihadini, D. (2020). Analisis Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Loyalitas Customer Sofyan Hotel (Studi Deskriptif Pada Sofyan Hotel Cut Meutia Menteng Jakarta Pusat). *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(2), 54-60.

Sari, D., N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi. *Persepsi Communicatio Journal*, 3(1), 23-26.
DOI: <https://doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4428>