

**PROSEDUR FITUR COD PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO)**

**PEKALONGAN**

**LAPORAN MAGANG**



**Disusun Oleh:**

**Nama : M. Firdaus Nurul Ilham**

**No Mahasiswa : 19211043**

**Program Studi : Manajemen**

**Program Studi Manajemen Program Diploma III**

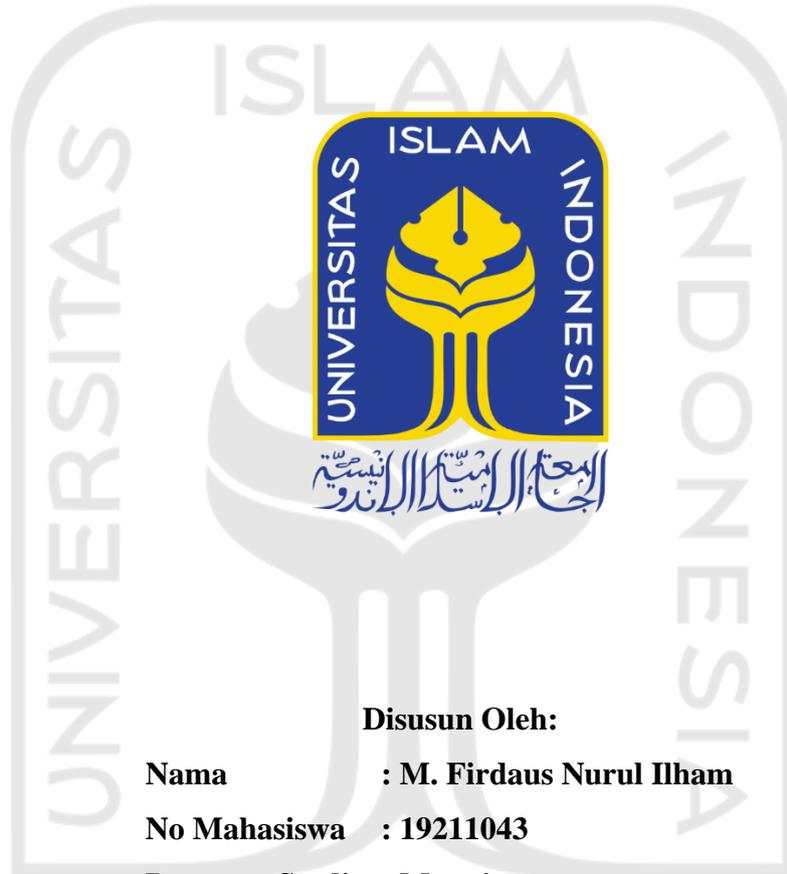
**Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Islam Indonesia**

**2022**

**HALAMAN PENGESAHAN  
LAPORAN MAGANG**

**PROSEDUR FITUR COD PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO)  
PEKALONGAN**



**Disusun Oleh:**

**Nama : M. Firdaus Nurul Ilham**

**No Mahasiswa : 19211043**

**Program Studi : Manajemen**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal: 12 Agustus 2022

Dosen Pembimbing



Mellisa Fitri Andriyani, SE., MM

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**LAPORAN MAGANG**

**PROSEDUR FITUR COD PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO)**  
**PEKALONGAN**

**Disusun Oleh:**

**Nama : Muhammad Firdaus Nurul Ilham**  
**No Mahasiswa : 19211043**  
**Program Studi : Manajemen**

Tim Penguji:

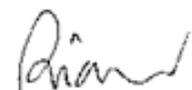
Mellisa Fitri Andriani Muzakir, SE.,

MM.

Ketua

Sukardi, SE., M.Si.

Anggota 1

  
Tanggal: 17 September 2022

  
Tanggal: 17 September 2022

Mengetahui,  
Ketua Program Studi D3  
Manajemen



Aliof Darmawan, SE., MM.

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Firdaus Nurul Ilham

NIM : 19211043

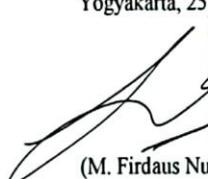
Tugas akhir dengan judul:

### PROSEDUR FITUR COD PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO)

Menyatakan bahwa seluruh komponen dan isi dalam tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti ada beberapa bagian dari karya ini adalah bukan hasil karya sendiri, tugas akhir yang diajukan sebagai hasil karya sendiri ini siap ditarik kembali dan siap menanggung resiko dan konsekuensi apapun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 25 Mei 2022

  
  
(M. Firdaus Nurul Ilham)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan anugerahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu. Tugas akhir ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan kegiatan perkuliahan dan syarat menyelesaikan program studi Diploma III Manajemen Universitas Islam Indonesia. Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu dengan terselesaikannya Tugas Akhir ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada Ibu Farida Kusumaningsih, Bapak Nur Kholik dan Adik Rizky Amalia Putri yang telah membantu dengan segala usaha, doa, dan dukungan sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Rr. Siti Muslikhah, SE, M. Sc selaku Dosen Pembimbing Akademik.
3. Ibu Melilisa Fitri Andriyani, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir
4. Seluruh jajaran Dosen dan Akademik Jurusan D3 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan banyak ilmu dan membantu penulis selama menempuh perkuliahan di Universitas Islam Indonesia
5. Bapak Suparmin, Manajer Operasional PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan selaku pembimbing lapangan.

6. Bapak Muchlisin, karyawan puri *incoming* PT. Pos Indonesia yang membimbing dan memberikan arahan di lapangan.
7. Seluruh Staff PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan yang telah membimbing dan memberikan banyak pengalaman serta pengetahuan kepada penulis selama melakukan magang.
8. Tsania Nahda Zanuba yang selalu memberi motivasi dan dukungan untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
9. Teman-teman seperantauan dari Pekalongan (Hanung, Syakor, Labib, Cecek, Krep, Jeki, Fakhri, Hervin, Faiz, Hafidh, Izzul, Elza, Elma, Vinka) yang selalu memberikan semangat dan menghibur penulis dalam menempuh perkuliahan di kota Yogyakarta.
10. Cadi, Rifan, Hanif yang memberikan dukungan walau jauh disana.
11. Yasin, Dhimas, Naufal, Nissa yang membantu penulis dan memberikan dukungan.
12. Semua teman penulis di Fakultas D3 Manajemen Universitas Islam Indonesia yang membantu penulis untuk semakin berkembang menjadi pribadi yang lebih baik.
13. Semua pihak yang turut mendukung penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa pada penyusunan Tugas Akhir ini, masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun akan sangat diharapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Besar harapan penulis agar Tugas Akhir ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi

penulis, namun juga untuk ilmu pengetahuan dan siapapun yang membutuhkan.

Yogyakarta, 25 Mei 2022



(M. Firdaus Nurul Ilham)

## ABSTRAK

*Jasa merupakan kegiatan usaha dengan produk yang tidak berwujud sehingga tidak menimbulkan kepemilikan. Jasa pengiriman merupakan perantara dalam jual beli online untuk menyalurkan barang dari penjual ke tangan pembeli. Tingginya permintaan jasa pengiriman membuat para pelaku usaha jasa pengiriman berlomba-lomba menawarkan berbagai fasilitas dan pelayanan terbaiknya untuk memudahkan penjual dan pembeli. Contoh inovasi yang dilakukan oleh penyedia jasa pengiriman adalah dengan mempermudah sistem pembayaran. Seiring berjalannya waktu, transaksi jual beli online dapat dilakukan dengan fitur transaksi COD (Cash on Delivery). Dikarenakan adanya perbedaan fitur COD di PT. Pos Indonesia dengan jasa pengiriman lainnya, maka penulis tertarik untuk membahas fitur COD yang terdapat pada PT. Pos Indonesia (Persero)*

**Kata Kunci:** Inovasi, Sistem Pembayaran, dan *Cash on Delivery*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Dasar Pemikiran Magang.....	1
1.2 Tujuan Magang .....	3
1.3 Target Magang .....	3
1.4 Metode Pelaksanaan Magang.....	4
1.5 Jadwal Magang.....	6
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Manajemen Keuangan.....	7
2.2 Fitur Pembayaran .....	7
2.2.1 Transfer Bank .....	8
2.2.2 Kartu Kredit.....	8
2.2.3 <i>E-wallet</i> .....	9
2.2.4 Pembayaran Tunai di Gerai .....	9
2.2.5 <i>Cash On Delivery</i> .....	10

2.3	Perusahaan Jasa .....	10
BAB 3 PEMBAHASAN .....		12
3.1	Data Umum .....	12
3.1.1	Sejarah PT. Pos Indonesia .....	12
3.1.2	Visi Dan Misi PT. Pos Indonesia.....	14
3.1.3	Logo Perusahaan.....	15
3.1.4	Kegiatan Umum Perusahaan .....	16
3.1.5	Struktur Organisasi .....	18
3.1.6	Tugas Pegawai Kantor Pos .....	18
3.2	Data Khusus .....	22
3.2.1	Fitur COD pada PT. Pos Indonesia .....	22
3.2.2	Keunggulan Fitur COD di PT.Pos Indonesia .....	32
3.2.3	Kelemahan Fitur COD di PT. Pos Indonesia.....	36
BAB 4 PENUTUP .....		39
4.1	Kesimpulan.....	39
4.2	Saran .....	40
DAFTAR PUSTAKA .....		42

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Magang.....	6
--	---



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lokasi Magang.....	4
Gambar 3.1 Logo PT. Pos Indonesia .....	15
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Kantor Pos.....	18
Gambar 3.3 Tampilan Aplikasi Pospay .....	25
Gambar 3.4 <i>Dashboard</i> Aplikasi POSin AJA .....	26
Gambar 3.5 Alur Pendaftaran Aplikasi Pospay dan POSin AJA.....	29
Gambar 3.6 Diagram Alur Proses COD PT. Pos Indonesia.....	32



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Dasar Pemikiran Magang

Kemajuan teknologi yang begitu pesat, khususnya internet, menyebabkan kemajuan pada bidang lain pula. Salah satu contohnya adalah perdagangan. Perdagangan yang dulunya menuntut pertemuan antara penjual dan pembeli, sekarang dapat dilakukan melalui media internet. Perdagangan digital ini biasa kita dengar dengan istilah *E-commerce (electronic commerce)*. *E-commerce* merupakan suatu aktivitas jual beli dengan menggunakan jaringan internet sebagai medianya sehingga penjual dan pembeli tidak harus bertatap muka secara langsung (Bowo 2018). Hal ini memperbesar peluang bagi penjual untuk melebarkan target pasarnya dan memudahkan pembeli untuk mendapatkan kebutuhan yang mereka mau. Dengan semakin tingginya transaksi yang terjadi melalui *E-Commerce* dan makin luas pula cakupan pasarnya, maka makin tinggi pula permintaan terhadap industri jasa pengiriman.

Jasa merupakan kegiatan usaha dengan produk yang tidak berwujud sehingga tidak menimbulkan kepemilikan. Jasa pengiriman merupakan perantara dalam jual beli online untuk menyalurkan barang dari penjual ke tangan pembeli. Saat ini jasa pengiriman sudah sangat menjamur. Tingginya permintaan jasa pengiriman membuat para pelaku usaha jasa pengiriman berlomba-lomba menawarkan berbagai fasilitas dan pelayanan terbaiknya untuk memudahkan penjual dan pembeli.

Contoh inovasi yang dilakukan oleh penyedia jasa pengiriman adalah dengan mempermudah sistem transaksi. Transaksi merupakan jual beli antara penjual dan pembeli sesuai dengan kesepakatan. Maka dari itu, bisa dibilang transaksi memiliki kedudukan paling tinggi dalam proses perdagangan. Pada mulanya, dalam transaksi *online* hanya berlaku transaksi konvensional, dimana pembeli membayar harga barang beserta ongkos kirim pada penjual, lalu barang akan dikirim setelah penjual menerima uangnya. Namun pada prakteknya, transaksi jenis ini masih memiliki kekurangan, salah satunya adalah terjadinya penipuan dimana barang tidak dikirim oleh penjual. Seiring berjalannya waktu, transaksi jual beli *online* ini dapat dilakukan dengan fitur transaksi COD (*Cash on Delivery*) atau juga disebut dengan system bayar di tempat. Fitur COD juga mengalami perkembangan pada prakteknya. Pada awalnya, COD mengharuskan penjual dan pembeli bertemu di tempat yang telah disepakati. Namun hal ini tidak memungkinkan untuk dilakukan Ketika kedua pelaku transaksi dalam radius jarak yang jauh. Hal ini membuat para pelaku usaha industri pengiriman berinovasi dengan membuat fitur COD yang dilakukan oleh kurir. Hampir semua perusahaan penyedia jasa kiriman sudah memberlakukan fitur ini, termasuk PT. Pos Indonesia dalam rangka mempermudah konsumen serta menumbuhkan perasaan aman dan nyaman dalam benak konsumen.

Inovasi fitur COD pada PT. Pos Indonesia merupakan sesuatu yang harus dilakukan untuk bersaing dengan para kompetitor di bidang yang sama dan memenuhi permintaan konsumen dan pastinya untuk meningkatkan kinerja PT. Pos Indonesia. Fitur COD pada PT. Pos Indonesia memiliki prosedur yang harus

disetujui oleh konsumen sebelum menggunakan fitur ini, supaya transaksi dapat berjalan dengan baik dan tidak terjadi kendala apapun. Berdasarkan penjelasan diatas, penulis tertarik untuk mengambil judul “Prosedur Fitur COD pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan”.

## **1.2 Tujuan Magang**

Tujuan Magang yang ingin dicapai diantaranya:

1. Mengetahui fitur COD pada PT. Pos Indonesia (Persero).
2. Mengetahui kelebihan penggunaan fitur COD pada PT. Pos Indonesia (Persero).
3. Mengetahui kekurangan penggunaan fitur COD pada PT. Pos Indonesia (Persero).

## **1.3 Target Magang**

Target magang yang ingin dicapai diantaranya:

1. Dapat menjelaskan fitur COD pada PT. Pos Indonesia (Persero).
2. Dapat menjelaskan kelebihan penggunaan fitur COD pada PT. Pos Indonesia (Persero).
3. Dapat menjelaskan kekurangan penggunaan fitur COD pada PT. Pos Indonesia (Persero).



### 3. Jenis dan Sumber Data

Penulisan ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

#### a. Sumber data primer

Untuk sumber data primer dapat diperoleh dengan melakukan diskusi dan wawancara dengan petugas PT. Pos Indonesia serta hasil observasi lapangan yang berkaitan dengan topik yang diangkat.

#### b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder didapatkan dari buku, jurnal, dokumen perusahaan tersebut Gambaran Umum Perusahaan, Kegiatan COD Perusahaan, serta Prosedur Fitur COD PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan.

### 4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan ini metode pengumpulan data yang dipakai diantaranya wawancara, observasi dan dokumentasi.

#### a. Wawancara

Penulis mendapatkan informasi langsung dengan menggunakan metode wawancara dari pimpinan, pengawas di lapangan, dan tenaga kerja PT. Pos Indonesia (Persero).

#### b. Observasi

Observasi dilakukan pada penulisan ini adalah proses berlangsungnya COD pada PT. Pos Indonesia (Persero).

c. Dokumentasi

Dokumentasi yang digunakan dalam penulisan ini meliputi laporan perusahaan yang menyinggung fitur COD PT. Pos Indonesia (Persero) Pekalongan.

### 1.5 Jadwal Magang

Magang dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan, dimulai pada tanggal 27 Februari 2022 sampai dengan 27 Mei 2022. Jadwal pelaksanaan magang dapat dilihat di

**Error! Reference source not found.**

Tabel 0.1 Jadwal Pelaksanaan Magang

No	Keterangan	Waktu Pelaksanaan														
		Februari			Maret			April			Mei			Juni		
1	Bimbingan TOR															
2	Pelaksanaan Kegiatan Magang															
3	Penyusunan Laporan Magang dan Bimbingan															
4	Ujian TA dan Ujian Kompetensi															

## **BAB 2**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Manajemen Keuangan**

Manajemen keuangan merupakan sebuah upaya perusahaan dalam mendapatkan dan menggunakan dana serta pengelolaan asset agar sesuai dengan kepentingan dan tujuan perusahaan secara menyeluruh (Rachman 2018). Dengan kata lain manajemen keuangan merupakan strategi perusahaan dalam bidang keuangan. Manajemen keuangan juga bisa menjadi salah satu tolak ukur kesuksesan perusahaan dalam pelaksanaan bisnisnya. Perusahaan yang memiliki keuangan yang sehat maka hampir bisa dipastikan akan berkembang, namun sebaliknya apabila keuangan sebuah perusahaan tidak sehat, maka bisa menjadi salah satu indikator kebangkrutan dari sebuah perusahaan. Maka dari itu manajemen keuangan merupakan salah satu komponen vital dalam berjalannya sebuah perusahaan.

#### **2.2 Fitur Pembayaran**

Fitur adalah karakteristik sebuah produk yang melengkapi fungsi awal produk tersebut (Noor 2016). Bisa dibilang fitur merupakan sebuah wadah kompetitif yang bisa membedakan sebuah perusahaan dengan para pesaingnya. Dengan fitur, perusahaan dapat menganalisis dan menciptakan perbedaan yang akan dibuat pada produknya dengan para pesaing. Sistem pembayaran adalah suatu sistem yang didalamnya termasuk standar, hukum, prosedur, dan mekanisme pembayaran yang

disepakati oleh kedua pihak baik pihak penjual maupun pembeli (Vera Intanie 2006) . Bisa disimpulkan bahwa Fitur Pembayaran adalah mekanisme pembayaran yang dibuat sedemikian rupa oleh perusahaan dalam pelaksanaan usahanya sehingga dapat mempermudah kebutuhan konsumen serta dapat bersaing dengan perusahaan serupa. Macam-macam fitur pembayaran dalam transaksi online antara lain:

### **2.2.1 Transfer Bank**

Transfer bank merupakan proses pemindahan mata uang antar rekening dengan lingkup nasional maupun internasional untuk kepentingan tertentu (Dewi 2015). Fitur ini menggunakan bank sebagai perantara transaksi. Terdapat 2 cara menggunakan fitur ini, yaitu melalui ATM dan mobile banking. Transfer bank menggunakan mesin ATM dapat dilakukan di gerai ATM sedangkan *mobile banking* tidak mengenal konsep ruang dan waktu karena menggunakan aplikasi *mobile banking* pada smartphone. Fitur transfer bank juga memungkinkan transaksi antar bank sehingga semakin mempermudah proses transaksi meskipun dikenai biaya tambahan.

### **2.2.2 Kartu Kredit**

Kartu kredit adalah salah satu produk bank yang juga mudah untuk digunakan. Pemilik kartu tinggal memasukkan data kartunya dan secara otomatis transaksi akan terbayarkan. Selain mudah, penggunaan kartu kredit didukung berbagai promo sehingga menarik perhatian konsumen. Meskipun demikian, diperlukan pertimbangan yang matang dan kebijaksanaan dalam penggunaan kartu kredit agar

tagihan dapat terbayarkan. Kartu Kredit dapat digunakan selama penggunaan belum mencapai batas/limit bulanan yang sudah ditetapkan.

### **2.2.3 E-wallet**

*E-wallet* adalah aplikasi atau layanan dompet elektronik yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang dalam bentuk digital dan berfungsi untuk transaksi antar pengguna secara *online* ataupun *offline* (Cahyani 2021). *E-wallet* semakin berkembang seiring berkembangnya *e-commerce*. Banyak *e-commerce* yang bekerja sama dengan *e-wallet* sebagai fitur pembayarannya. Bahkan sekarang sudah mulai bermunculan *e-commerce* yang memiliki *e-wallet-nya* sendiri. Selain bernaung pada *e-commerce*, *e-wallet* sudah mulai banyak ditemukan dalam transaksi pembayaran di gerai-gerai retail dan penggunaanya pun cukup mudah. Pengguna tinggal melakukan scan barcode yang disediakan melalui aplikasi *e-wallet* dan otomatis pembayaran dapat dilakukan.

### **2.2.4 Pembayaran Tunai di Gerai**

Dalam melakukan transaksi online, tidak semua orang memiliki rekening bank, kartu kredit, ataupun *e-wallet* dikarenakan keterbatasan akses. Salah satu solusinya adalah melakukan transaksi tunai di gerai yang sudah ditetapkan. Biasanya *e-commerce* bekerjasama dengan minimarket untuk menyediakan fitur pembayaran ini. Pengguna fitur ini diharuskan datang ke gerai untuk melakukan pembayaran dengan membawa nomor *virtual account*/nomor transaksi yang sudah didapatkan. Nomor tersebut memuat informasi pesananan dan nominal yang harus dibayarkan. Nomor tersebut akan diserahkan ke kasir yang akan membantu selama proses

pembayaran. Namun kendala penggunaan fitur ini adalah sering terjadi masalah jaringan sehingga harus mencari gerai lain.

### **2.2.5 Cash On Delivery**

*Cash On Delivery* atau COD merupakan sebuah metode pembayaran yang memungkinkan terjadinya pembayaran ketika barang sudah sampai ke tangan pembeli dengan kurir sebagai perantara (Astuti, 2022). Hal ini sangat membantu para pembeli yang takut terkena penipuan. Fitur COD ini memiliki beberapa mekanisme dalam pelaksanaannya, yang diantaranya adalah pertemuan penjual dan pembeli secara langsung dengan titik lokasi yang sudah disepakati. Mekanisme ini sering dilakukan apabila penjual dan pembeli tinggal dalam satu kota atau dilakukan untuk transaksi dengan nilai yang besar. Mekanisme lainnya adalah dengan penjual mengirimkan barang kepada jasa pengiriman barang untuk dikirim ke alamat pembeli dengan kurir sebagai perantara.

## **2.3 Perusahaan Jasa**

Perusahaan jasa menawarkan produk berupa tindakan yang tidak berwujud namun memiliki *value* dan tidak membuat perpindahan kepemilikan. (Ginting 2018). Bisa disimpulkan bahwa perusahaan jasa adalah perusahaan yang menawarkan jasa (produk non fisik) sebagai produk utamanya. Berbeda dengan produk fisik, dimana barang yang sampai ke tangan masing-masing konsumen memiliki wujud dan hasil yang sama, perusahaan jasa bisa memiliki output yang berbeda terhadap tiap konsumen. Yang mempengaruhi perbedaan tersebut adalah kondisi dari perusahaan itu sendiri serta kebutuhan dari konsumen. Dikarenakan

perbedaan kebutuhan dan penyesuaian dengan kondisi, maka harga yang ditawarkan oleh perusahaan jasa juga cenderung tidak baku dan disesuaikan dengan apa yang terjadi di lapangan.



## **BAB 3**

### **PEMBAHASAN**

#### **3.1 Data Umum**

PT. Pos Indonesia merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang jasa logistic, pengiriman barang dan surat, serta jasa keuangan. Seiring berjalannya waktu, PT. Pos Indonesia semakin melebarkan pelayanannya sehingga masuk ke bidang *property* dan *logistic* yang bisa melayani konsumennya secara domestik maupun internasional. Hal ini perlu dilakukan untuk bersaing dengan para pelaku bisnis yang sama.

##### **3.1.1 Sejarah PT. Pos Indonesia**

Kantor Pos Indonesia pertama berdiri pada 26 Agustus 1746 di Jakarta yang pada saat itu masih bernama Batavia dengan Gubernur Jenderal G. W Baron Van Imhoff sebagai pendirinya. Tujuan utama didirikannya kantor pos adalah memenuhi kebutuhan masyarakat atas surat-suratnya, khususnya untuk masyarakat yang melakukan perdagangan dengan luar pulau Jawa maupun yang ada di Belanda. Sejak saat itu, Kantor Pos Indonesia memiliki fungsi pelayanan kepada masyarakat. Setelah kantor pos pertama didirikan, dalam selang waktu 4 tahun didirikanlah Kantor Pos Semarang sebagai penghubung kedua tempat tersebut. Rute yang dilalui adalah melalui Karawang, Cirebon, dan Pekalongan.

PT. Pos Indonesia berulang kali berganti status, diantaranya Jawatan PT.T (*Post, Telegraph, dan Telephone*), sebuah badan usaha dengan Kepala Jawatan

sebagai pemimpinya. Operasi PT.T ini berfungsi mengadakan pelayanan public (bukan untuk komersil). Status PT.T ini berubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel) seiring perkembangan zaman. Lalu, pada tahun 1965 PN Postel berubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro), dan berubah kembali menjadi Perum Pos dan Giro pada tahun 1978 dan semakin mengukuhkan diri sebagai satu satunya badan usaha dalam kegiatan pos dan giropos untuk lingkup nasional maupun internasional. Setelah berstatus Perum selama 17 tahun, Perum Pos dan Giro resmi berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT. Pos Indonesia (Persero) pada Juni 1995.

Seiring berjalannya waktu, Pos Indonesia berhasil menggunakan infrastruktur yang dimilikinya untuk memberikan layanan dengan cakupan:

- a. 100% kota/kabupaten
- b. Hampir 100% kecamatan
- c. 42% kelurahan/desa
- d. 940 lokasi transmigrasi terpencil

Selain itu, jaringan Pos Indonesia memiliki lebih dari 3.800 kantor pos *online*, serta *electronic mobile post* di beberapa kota besar. Semua titik terhubung secara solid dan terintegasi. Sistem kode pos diciptakan untuk mempermudah identifikasi kiriman pos agar dapat menjangkau seluruh daerah di Indonesia dengan akurat. Berikut adalah ringkasan singkat perkembangan status dan peristiwa penting yang terjadi di PT. Pos Indonesia sejak diambil alih kekuasaannya oleh Pemerintah Indonesia.

### **1945 – Hari Bakti POSTEL**

Pada saat masa kolonialisme Jepang, Jawatan PT.T dikuasai oleh militer Jepang dan diambil alih kekuasaannya oleh Angkatan Muda PT.T pada 27 September 1945 sehingga berubah namanya menjadi Jawatan PT.T Republik Indonesia. Peristiwa ini masih diingat sampai sekarang sebagai hari bakti PT.T atau hari bakti POSTEL.

### **1965 – PN Pos dan Giro**

Melihat pesatnya perkembangan sektor pos dan telekomunikasi, PT.T berubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro) pada 1965.

### **1978 – Perusahaan Umum Pos dan Giro**

Pada tahun 1978 PN Pos dan Giro berubah status menjadi Perum Pos dan Giro dan merupakan badan tunggal dalam kegiatan pos dan giropos lingkup nasional maupun internasional.

### **1995 – PT. Pos Indonesia (Persero)**

Pada Juni 1995 status Perum diubah menjadi Perseroan Terbatas dan resmi bernama PT. Pos Indonesia (Persero) sampai dengan sekarang.

#### **3.1.2 Visi Dan Misi PT. Pos Indonesia**

##### **1. Visi**

Menjadi Postal Operator, Penyediaan Jasa Kurir, Logistik, dan Keuangan paling kompetitif.

##### **2. Misi**

Bertindak Efektif Untuk Mencapai Performa Terbaik.

### 3. Tujuan PT. Pos Indonesia (Persero)

Membangun bangsa yang lebih berdaya saing dan sejahtera.

#### 3.1.3 Logo Perusahaan



Gambar 0.1 Logo PT. Pos Indonesia

#### Arti dan Makna Logo PT. Pos Indonesia

1. Simbol Burung dengan lima garis sayap yang berbentuk garis dan menatap lurus kedepan memiliki arti bahwa kecepatan, ketepatan, dan terpercaya merupakan hal yang diutamakan perusahaan dalam menjalankan tugasnya.
2. Simbol Bola Dunia melambangkan perusahaan dapat menjalankan layanannya dalam lingkup nasional maupun internasional.
3. *Font* yang digunakan pada tulisan "POS INDONESIA" adalah font *Futura Extra Bold* yang merupakan ciri khas sebagai perusahaan kelas dunia.
4. Warna Logo menggunakan warna *Post Orange* dan abu-abu yang memiliki makna:
  - a. Warna *Post Orange* memiliki arti cepat dan dinamis.

- b. Warna abu-abu memiliki arti modern dalam sisi pendekatan bisnis.

### 3.1.4 Kegiatan Umum Perusahaan

PT. Pos Indonesia merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang jasa logistik, pengiriman barang dan surat, serta jasa keuangan. Seiring berjalannya waktu, PT. Pos Indonesia semakin melebarkan pelayanannya sehingga masuk ke bidang *property* dan *logistic* yang bisa melayani konsumennya secara domestik maupun internasional. Hal ini perlu dilakukan untuk bersaing dengan para pelaku bisnis yang sama.

Berikut adalah bidang jasa yang disediakan oleh PT. Pos Indonesia:

#### 1. Jasa Pengiriman:

- a. Pos *Express*: layanan 1 hari sampai yang mencakup seluruh wilayah Indonesia.
- b. Pos Kilat Khusus: layanan pengiriman yang menjamin barang akan sampai dalam 2-7 hari.
- c. Pos Jumbo Ekonomi: layanan pengiriman paket yang memiliki berat minimal 3kg.
- d. Layanan Kurir Reguler: layanan pengiriman dokumen dan barang lainnya ke seluruh Indonesia.
- e. Q9 *Sameday Service*: layanan pengiriman dagangan online ataupun paket dengan jaminan barang sampai pada hari yang sama dengan hari pengiriman dengan waktu maksimal 9 jam dan batas akhir pengiriman pukul 16.00. Layanan ini hanya mencakup area dalam kota (khusus Pulau Jawa, dan Ibu kota Provinsi untuk kota-kota di luar Jawa).

- f. Qcomm: layanan pengiriman dagangan online untuk sekitar kota di Pulau Jawa.

2. Jasa logistic:

- a. *Warehouse*: layanan untuk menyimpan hasil produksi dengan kurun waktu yang sudah disepakati.
- b. *Freight Forwarding*: layanan ekspor impor untuk pengguna jasa pos.

3. Jasa Keuangan:

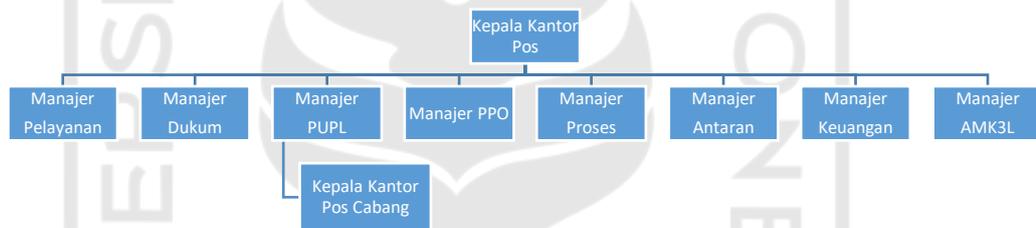
- a. Pospay: layanan semacam e-wallet yang dapat digunakan untuk pembayaran tagihan, angsuran, dan juga *top up*.
- b. Weselpos baik domestic maupun internasional: pengiriman dan penerimaan uang untuk area nasional maupun internasional.
- c. Giropos: layanan untuk transaksi antar rekening.
- d. Tabungan dan kredit: layanan simpan pinjam pensiunan.
- e. Asuransi: layanan asuransi untuk semua kalangan.

4. Layanan Solusi Bisnis:

- a. Konsinyasi: penjualan produk yang dijual oleh kantor pos seperti materai.
- b. Filateli: penjualan prangko dan alat-alat filateli lainnya.
- c. Agen Pos: Bentuk kerjasama PT. Pos Indonesia dengan kepemilikan perorangan.
- d. O-ranger: layanan penjemputan dan pemasaran produk PT. Pos Indonesia.

### 3.1.5 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah pedoman struktural dalam pelaksanaan kegiatan organisasi, dengan kata lain penyusunan struktur organisasi adalah sebuah usaha dari perusahaan dalam melaksanakan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan (Juru 2020). Berikut adalah struktur organisasi Kantor Pos Pekalongan:



Gambar 0.2 Struktur Organisasi Kantor Pos

### 3.1.6 Tugas Pegawai Kantor Pos

Pada struktur organisasi PT. Pos Indonesia (persero) Pekalongan 51100 memiliki tugas dan tanggung jawab sesuai jabatan dan posisinya, antara lain:

1. Kepala Kantor Pos
  - a. Bertanggung jawab atas kinerja Kantor Pos yang dibawah.

- b. Memiliki tanggung jawab langsung kepada Kepala Kantor Pos Regional.
- c. Memiliki tugas utama untuk mengejar target dan keuntungan yang telah ditentukan. Untuk itu pengendalian jumlah konsumen baik mitra, korporat, layanan operasi dan outlet kemitraan serta *budgeting* sesuai besaran yang diterima menjadi tanggung jawab dari Kepala Kantor Pos termasuk Kantor Cabang yang ada dibawah Kantor Pos yang menjadi tanggung jawabnya.

## 2. Bagian Pelayanan

- a. Dipimpin oleh manajer pelayanan yang memiliki tanggung jawab langsung kepada Kepala Kantor Pos
- b. Tugas manajer pelayanan ialah pelaksanaan dan pengelolaan layanan loket dimana mencakup hampir seluruh produk PT. Pos Indonesia.

## 3. Bagian Pemasaran dan Pengembangan Outlet (PPO)

- a. Bagian ini dipimpin oleh Manajer PPO yang bertanggung jawab langsung kepada Kepala Kantor Pos.
- b. Tugas pokok Manajer Pemasaran dan Pengembangan Outlet adalah segala hal yang mencakup dengan penambahan serta pemeliharaan outlet termasuk outlet kemitraan (agen pos) agar mencapai jumlah yang ideal dan efektif bagi perusahaan.

#### 4. Bagian Proses dan Transportasi

- a. Bagian proses dan Transportasi dipimpin oleh Manajer Proses dan Transportasi, yang bertanggung jawab langsung kepada Kepala Kantor Pos.
- b. Bertanggung jawab atas surat dan kiriman yang telah diterima melalui loket ataupun perusahaan.

#### 5. Bagian Keuangan

- a. Bagian Keuangan dipimpin oleh manajer keuangan yang bertanggung jawab secara langsung kepada Kepala Kantor Pos.
- b. Bertanggung Jawab atas pengendalian keuangan perusahaan serta benda-benda pihak ketiga (benda pos, Prangko, benda filateli, benda materai).

#### 6. Bagian Dukum

- a. Bagian DUKUM (dukungan umum) dipimpin oleh manajer DUKUM yang bertanggung jawab secara langsung kepada Kepala Kantor Pos.
- b. Bertanggung jawab atas pemeliharaan asset, pengadaan perlengkapan dan fasilitas kantor, perawatan kendaraan operasional, teknologi, SDM, dan kesekretariatan dalam jalannya operasional kantor.

#### 7. Bagian PUPL (Pengawasan Unit Pelayanan Luar)

- a. Dipimpin oleh seorang manajer PUPL yang bertanggung jawab langsung kepada Kepala Kantor Pos.

- b. Bertanggung jawab atas pelaksanaan dan pengendalian Kantor Pos Cabang, Loker Ekstensi, dan unit pelayanan lainnya yang ada diluar Kantor Pos Utama.

8. Bagian Penjualan Jasa Keuangan

- a. Bagian ini dipimpin oleh Manajer Penjualan Jasa Keuangan yang bertanggung jawab langsung kepada Kepala Kantor Pos.
- b. Tugas bagian ini adalah pengelolaan penjualan produk kantor pos kepada para pelanggan korporat agar mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Selain itu bagian ini juga melakukan pengelolaan konsumen, akusisi konsumen, penggarapan pasar sebagai langkah penjualan sehingga target dapat dicapai dengan usaha yang efisien.

9. Bagian Antaran

- a. Dipimpin oleh Manajer Antaran yang bertanggung jawab langsung kepada Kepala Kantor Pos.
- b. Bertanggung jawab terhadap kegiatan antaran, dimulai dari diterima di loket sampai diterima oleh penerima.

10. Bagian Audit, Mutu, K3 (Kesehatan, Kebersihan, dan Keselamatan) Kerja

- a. Bertanggung jawab kepada Kepala Kantor dan Manajer AMK3L Regional.

- b. Memiliki tugas mengawasi pelaksanaan pekerjaan tiap bagian di Kantor Pos agar sesuai SOP karyawan kantor pos yaitu CPTDR (Collecting, Prosessing, Transportation, Delivery and Reporting).

#### 11. Kepala Kantor Pos Cabang

Memiliki tugas melakukan transaksi produk-produk pos di loket cabang sesuai mutu yang ditetapkan dan SOP perusahaan.

### 3.2 Data Khusus

#### 3.2.1 Fitur COD pada PT. Pos Indonesia

Menurut salah satu partisipan wawancara, fitur COD di PT. Pos Indonesia terhitung fitur yang baru. Fitur ini awalnya diprakasai oleh regional 7 atau wilayah Jawa Timur. Awalnya regional 7 membuat layanan ini untuk mendongkrak pendapatan regional 7 sehingga hanya dapat dilakukan di Jawa Timur saja. Namun dikarenakan kesuksesan regional 7 dan memungkinkannya fitur ini dipraktekan di regional lain, maka Kantor Pos pusat yang ada di Bandung memiliki inisiatif untuk membuat aplikasi QOB (*Quick Online Booking*) sebagai wadah untuk penjual menggunakan fitur COD. Namun, aplikasi dan fitur COD pada saat itu hanya mampu menjangkau wilayah Pulau Jawa saja. Seiring berjalannya waktu, fitur ini berkembang dan mengajak vendor luar untuk bekerja sama sehingga munculah QPOSin AJA. Sebuah aplikasi yang memungkinkan fitur ini untuk menjangkau seluruh wilayah di Indonesia dan sudah tersedia di *Play Store* dengan biaya transaksi sebesar 1% untuk vendor.

Perbedaan fitur COD PT. Pos Indonesia dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya adalah PT. Pos Indonesia tidak bekerja sama dengan *marketplace* dan lebih memilih untuk menggunakan aplikasi POSin AJA. Aplikasi POSin AJA adalah aplikasi resmi milik PT. Pos Indonesia yang sudah tersedia di *Play Store*. Aplikasi ini membuat para pebisnis *online* ataupun masyarakat luas dapat melakukan pemesanan pengiriman surat ataupun paket. Aplikasi ini memungkinkan konsumen melakukan entri data sendiri serta dapat meminta penjemputan pada lokasi pengirim. Penggunaan aplikasi ini dikenakan biaya 1% untuk transaksi yang bernilai Rp. 150.000 dan untuk transaksi dibawah Rp. 150.000 dikenakan biaya 1% dari Rp. 150.000.

### **3.2.1.1 Aplikasi dan Website Pendukung Fitur COD pada PT. Pos Indonesia**

Aplikasi adalah sebuah perangkat lunak yang dibuat untuk menjalankan suatu tugas tertentu yang bisa mempermudah kerja manusia (Tri 2020) Sebagai sarana penunjang fitur COD di PT. Pos Indonesia, ada beberapa aplikasi yang wajib dimiliki oleh pihak penjual/pengirim sebagai media untuk memantau kegiatan transaksi yang ada. Selain itu PT. Pos Indonesia juga memiliki beberapa aplikasi atau website sebagai sarana pendukung untuk memastikan lancarnya proses transaksi dan COD juga sebagai sarana penanggulangan apabila terjadi kendala. Beberapa Aplikasinya adalah sebagai berikut:

1. Pospay

Pospay merupakan sebuah aplikasi yang dapat digunakan pada *smartphone* berbasis Android ataupun iOS yang digunakan oleh pelanggan sebagai media untuk

mengakses layanan Giropos ataupun layanan transaksi keuangan lain secara mandiri. Aplikasi ini sangat dibutuhkan oleh penjual/pengirim yang menggunakan fitur COD karena aplikasi ini akan digunakan sebagai media pengiriman uang yang telah dibayarkan oleh pembeli/penerima kepada kurir PT. Pos Indonesia. Nominal yang masuk ke rekening pospay penjual/pengirim tersebut sudah terpotong 1% sebagai biaya administrasi yang merupakan syarat dan ketentuan COD pada PT. Pos Indonesia yang sudah disetujui oleh penjual/pengirim sebelum melakukan transaksi.

Cara penggunaan Pospay adalah sebagai berikut:

a. *Download*

Unduh aplikasi Pospay pada smartphone di *PlayStore* atau *AppStore*

b. Registrasi

Melakukan registrasi sesuai identitas diri dan ketentuan petunjuk aplikasi tersebut.

c. Isi Saldo

Melakukan isi saldo/*top up* sesuai kebutuhan. Pospay siap digunakan.

Cara isi saldo pospay:

a. Dapat dilakukan di kantor pos terdekat dengan melakukan setoran tunai di loket. Transaksi ini terbebas dari biaya admin.

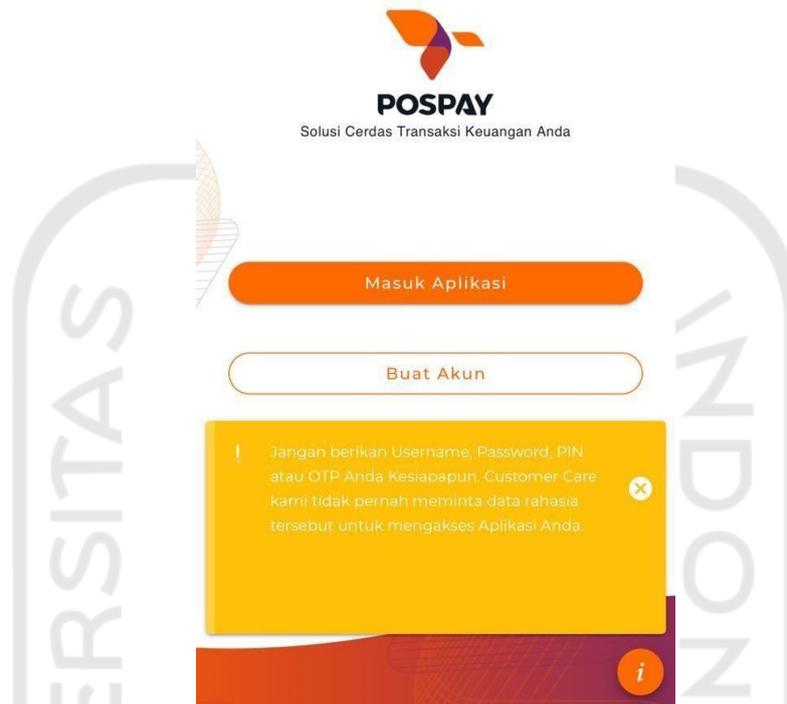
b. Transaksi melalui bank, dengan melakukan transfer ke:

- *Virtual Account* BNI: 816109 + 10 Digit Rekening Giropos.

- *Virtual Account* BCA: 81610 + 10 Digit Rekening Giropos.

- *Virtual Account* Mandiri: 88588 + 10 Digit Rekening Giropos.

- *Virtual Account* BTN: 99900999 + 10 Digit Rekening Giropos.



Gambar 0.3 Tampilan Aplikasi  
Pospay

## 2. Aplikasi POSin AJA

Sebuah aplikasi Android yang tersedia di *Play Store*. Aplikasi ini memiliki fungsi bagi penjual/pengirim untuk memantau status kegiatan COD. POSin AJA memiliki fitur antara lain:

- a. Layanan pengiriman paket dan surat.
- b. Pengecekan tarif kiriman.
- c. Lacak kiriman.
- d. Pemesanan online untuk pengiriman paket atau surat.
- e. COD.



Gambar 0.4 *Dashboard* Aplikasi  
POSin AJA

Selain untuk penjual/pengirim, dalam kegiatan COD PT. Pos Indonesia memerlukan aplikasi ataupun *website* untuk memantau kegiatan COD yang dilakukan oleh admin dari PT. Pos Indonesia sendiri. Aplikasi ini hanya bisa diakses oleh karyawan PT. Pos Indonesia yang memiliki wewenang dan hanya bisa diakses apabila menggunakan jaringan PT. Pos Indonesia. Beberapa aplikasi dan *website* tersebut adalah:

### 3. *Website* CGS

Website ini digunakan oleh karyawan yang bertugas di loket. Website ini memiliki fungsi utama sebagai platform pembayaran transaksi yang dapat dilakukan pada PT. Pos Indonesia. Pada fitur COD, CGS memiliki peranan sebagai proses awal registrasi bagi penjual/pengirim yang hendak mengirimkan barang dengan fitur COD.

#### 4. *Website* Kendali

*Website* ini memiliki fungsi sebagai media untuk memantau seluruh kegiatan baik incoming maupun outgoing di PT. Pos Indonesia. Dengan menggunakan nomor resi kiriman yang terdaftar, pengakses akan dapat mendapatkan informasi mulai dari kota tujuan kiriman, lokasi paket sekarang, status penerimaan paket, nama pengantar paket, dan nama penerima paket.

#### 5. *Ticketing*

*Website* ticketing ini digunakan untuk meminta bantuan kepada pusat apabila terdapat kendala kiriman sehingga tidak terjadi kesalahan pengambilan keputusan.

#### 6. Ipos Web

*Website* ini memiliki fungsi untuk mengunggah resi kiriman COD dari loket. Ketika ada penjual/pengirim yang hendak menggunakan fitur COD melalui loket, secara otomatis datanya akan terunggah di Ipos Web dan dapat dipantau oleh admin COD PT. Pos Indonesia.

#### 7. Ipos Antaran

Merupakan sebuah aplikasi khusus yang diperuntukan untuk pengantar (kurir) untuk memperbarui status paket yang mereka kirimkan hingga diterima oleh penerima. Kiriman dengan fitur COD harus segera di update apabila sudah diterima oleh penerima, sehingga pembayaran akan masuk ke akun pospay penjual/pengirim. Aplikasi ini juga dilengkapi dengan fitur telepon, pesan singkat, dan whatsapp yang terhubung yang tersambung kepada nomor pembeli/penerima sehingga memudahkan apabila terjadi kendala ketika melakukan pengantaran

seperti alamat yang kurang jelas ataupun penerima sedang tidak berada di alamat antaran.

#### 8. Ipos *Monitoring*

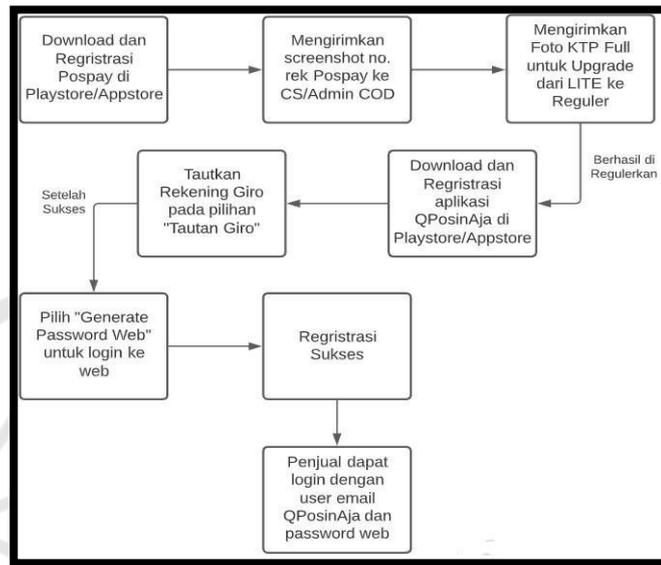
Ipos Monitoring merupakan *website* khusus untuk manajer antaran yang digunakan untuk memantau kegiatan COD dan memastikannya tuntas sampai dengan uang disetorkan kepada penjual/pengirim melalui aplikasi pospay.

##### **3.2.1.2 Prosedur Fitur COD pada PT. Pos Indonesia**

Dalam menggunakan fitur COD pada PT. Pos Indonesia, berikut prosedur yang harus dilakukan oleh penjual/pengirim:

1. Penjual/pengirim menyiapkan paket/surat yang akan dikirimkan kepada si pembeli/penerima lengkap dengan alamat tujuan dan identitas penerima. Untuk konsumen yang baru pertama kali akan melakukan fitur COD akan dibantu oleh pihak PT. Pos Indonesia untuk dijelaskan mengenai persyaratan, pendaftaran, dan ketentuan yang harus disetujui ketika akan menggunakan fitur COD.
2. Pihak pengirim mengunduh aplikasi pospay pada *smartphone* dan melakukan registrasi sesuai arahan pihak PT. Pos Indonesia. Setelah itu pengirim mengunduh aplikasi POSin AJA dan melakukan registrasi sampai akun dapat digunakan.

Berikut diagram alur pendaftaran untuk fitur COD PT. Pos Indonesia:



Gambar 0.5 Alur Pendaftaran Aplikasi Pospay dan POSin AJA

3. Setelah pendaftaran sukses, pengirim mencetak label alamat serta *invoice* kiriman. Tahap ini dapat dilakukan oleh petugas loket atau dibuat sendiri oleh pengirim melalui aplikasi POSin AJA ataupun manual. Biaya yang dikenakan sudah tercetak didalam *invoice*. Biaya ini biasanya ditanggung pengirim, sehingga pada saat penulisan nominal barang kiriman COD pengirim sudah menuliskan harga barang + ongkos kirim.

4. Setelah Kiriman COD sudah diberi label alamat dan *invoice*, petugas akan mengunggah data kiriman tersebut melalui *website* CGS dan nantinya resi akan terunggah di Ipos Web secara otomatis sehingga dapat dipantau. Seluruh produk kiriman PT. Pos Indonesia dapat dilakukan dengan fitur COD. Produk-produk tersebut adalah:

- a. Pos *Express*: layanan 1 hari sampai yang mencakup seluruh wilayah Indonesia.

- b. Pos Kilat Khusus: layanan pengiriman yang menjamin barang akan sampai dalam 2-7 hari.
  - c. Pos Jumbo Ekonomi: layanan pengiriman paket yang memiliki berat minimal 3kg.
  - d. Q9 *Sameday Service*: layanan pengiriman dagangan online ataupun paket yang menjamin barang akan sampai pada hari itu juga dengan waktu maksimal 9 jam dan batas akhir pengiriman pukul 16.00. Layanan ini hanya mencakup area dalam kota (khusus Pulau Jawa, dan Ibu kota Provinsi untuk kota-kota di luar Jawa).
5. Nomor Resi dari Transaksi akan diberikan sebagai identitas dari paket atau surat yang dikirimkan. Nomor resi juga merupakan bukti bahwa penjual sudah mengirimkan paket atau surat melalui jasa pengiriman. Nomor resi jugalah yang akan digunakan untuk *tracking* posisi kiriman sampai ke tangan penerima.
6. Setelah kiriman diterima pihak loket, kiriman akan diserahkan kepada petugas yang ada di puri kirim dan akan disortir sesuai dengan tujuan kiriman tersebut.

Proses yang terdapat pada puri kirim antara lain adalah:

a. *Collecting*

Proses pengumpulan kiriman dari loket yang akan dikirimkan pada hari itu.

b. *Outgoing*

Proses ini memilah kiriman berdasarkan tujuan kiriman yang tertera di *invoice*.

c. *Transporting*

Proses pengiriman kiriman yang sudah disortir oleh kantor pos asal ke kantor pos transit atau ke kantor pos tujuan.

d. *Incoming*

Proses masuknya kiriman ke kantor pos tujuan dan disortir sesuai wilayah kiriman pada kota tujuan.

e. *Antaran/Delivery*

Proses pengiriman dari kantor pos tujuan ke alamat tujuan oleh pengantar/kurir hingga sampai ke tangan penerima.

## 7. Penagihan Biaya

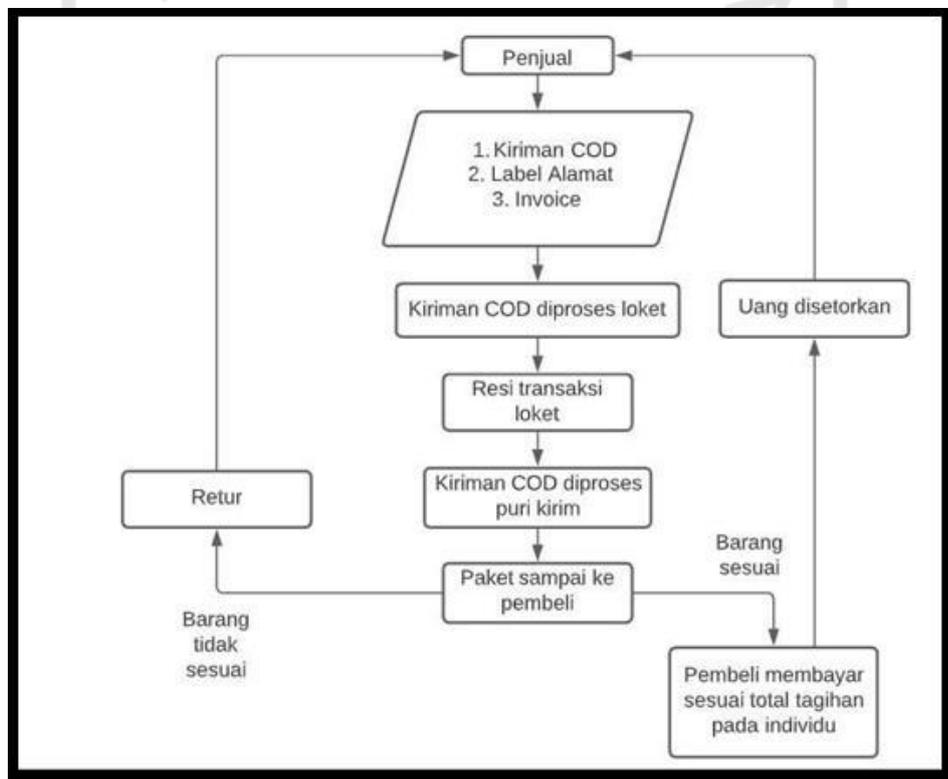
Ketika pengantar sudah sampai ke alamat tujuan, pengantar akan menyerahkan kiriman bersamaan dengan dibayarnya tarif COD yang sudah tertera pada *invoice* kepada pengantar. Transaksi ini dianggap selesai dan pengantar harus update status pengiriman pada aplikasi antaran menjadi “barang sudah diterima” dan “COD belum setor”.

## 8. Pengembalian Barang

Sering kali pihak penerima menganggap barang yang diterima tidak sesuai dan tidak mau membayarkan tagihan pengirimannya. Dalam kasus ini, pihak kantor pos akan mengajukan pengembalian barang (retur) kepada penjual. Dalam hal ini baik pihak penjual ataupun pembeli tidak perlu membayar biaya pengiriman lagi kecuali apabila dalam *invoice* pihak pengirim memberatkan biaya pengiriman

kepada pihak penerima maka saat retur barang, petugas kantor pos akan menagih biaya tersebut kepada pihak pengirim.

9. Setelah semua proses selesai dengan lancar, petugas antaran/kurir akan menyetorkan uang kepada penjual dan masuk ke akun pospay penjual dengan potongan 1% biaya admin. Proses ini juga akan mengubah status kiriman menjadi "COD sudah setor".



Gambar 0.6 Diagram Alur Proses COD PT. Pos Indonesia

### 3.2.2 Keunggulan Fitur COD di PT.Pos Indonesia

Fitur COD yang sudah dikembangkan di PT. Pos Indonesia ini memiliki beberapa keunggulan, antara lain:

## 1. Transaksi yang aman

Fitur COD yang memberikan perasaan aman kepada penggunanya karena setiap transaksi yang dilakukan dapat dipantau melalui aplikasi POSin AJA sehingga akan membantu apabila terjadi kejadian-kejadian yang tidak terduga. Dalam memantau transaksi ada beberapa istilah status yang harus dimengerti oleh pengguna aplikasi POSin AJA karena akan muncul pada *dashboard* pengguna. Istilah-istilah tersebut adalah:

### a. *Pickup*

Surat/Paket sedang dijemput oleh kurir dan dalam proses pengiriman ke kota tujuan.

### b. Transaksi Loker Pos

Pengirim telah melakukan transaksi pengiriman surat/paket dan surat/paket tersebut sudah masuk puri kirim dan dipisahkan sesuai dengan kota tujuan surat/paket tersebut.

### c. Transaksi

Total nominal harga barang ditambah biaya pengiriman yang harus dibayarkan oleh pembeli/penerima.

### d. COD Retur

COD retur biasanya terjadi apabila barang yang diterima pembeli tidak sesuai keinginan/pesanan. Barang tersebut akan dikirimkan kembali ke penjual/pengirim tanpa dikenai biaya lagi.

e. COD belum setor

Status ini berlaku ketika barang kiriman sudah diterima pembeli dan sudah dibayar namun uang hasil transaksi tersebut masih berada di tangan kurir dan belum disetorkan kepada penjual/pengirim.

f. COD sudah setor

Merupakan status akhir dari proses COD dimana uang hasil COD yang masih berada di tangan kurir sudah disetorkan kepada penjual/pengirim.

2. Bebas Biaya Penanganan

Seperti yang sudah disinggung di atas, ketika barang yang dikirimkan tidak sesuai harapan ataupun pesanan dari pembeli/penerima maka akan dilakukan proses COD retur dimana barang tersebut akan dikembalikan kepada penjual/pengirim tanpa dikenakan biaya sedikitpun.

3. Mudahnya Akses Pengaduan

Dikarenakan tidak bernaung pada marketplace, fitur COD pada PT. Pos Indonesia memiliki keunggulan yaitu mudahnya akses pengaduan apabila terjadi barang yang hilang, rusak, tidak sesuai, waktu pengiriman yang tidak sesuai, dan masih banyak keluhan yang lain. Pengguna bisa menghubungi CS (*Customer Service*) Kantor Pos terdekat via offline pada office hours (08.00-16.00) atau via online melalui Whatsapp yang tertera di sosial media kantor pos setempat

#### 4. Jaminan Ganti Rugi yang Disediakan PT. Pos Indonesia

PT. Pos Indonesia bersedia memberikan ganti rugi apabila terjadi kendala (kerusakan/barang hilang) yang disebabkan oleh kelalaian pihak Kantor Pos. Jaminan ganti rugi ini memiliki beberapa syarat dan ketentuan. Klaim ganti rugi hanya bisa dilakukan terhadap kerusakan fisik dari isi kiriman dan tidak memberikan ganti rugi terhadap kerusakan yang disebabkan oleh beberapa hal berikut:

- a. Kerusakan karena kesengajaan pengirim.
- b. Pelanggaran terhadap aturan *Dangerous Goods, Prohibited Items, dan Restricted Items*.
- c. Isi kiriman tidak sesuai dengan pernyataan yang sudah tertulis di *invoice*.
- d. Tidak berfungsi atau berubah fungsinya sebuah barang yang menyangkut mesin ataupun barang elektronik karena risiko teknis pada saat pengangkutan.
- e. Kerusakan yang disebabkan oleh oksidasi, kontaminasi, dan reaksi nuklir.
- f. Kerusakan atau kerugian yang disebabkan oleh *force majeure* (bencana alam, kebakaran, perang, penyitaan, dll).
- g. Kerugian tidak langsung yang disebabkan oleh kekeliruan dalam penyelenggaraan pos (UU No 38 Tahun 2009 Tentang Pos).

Nilai ganti rugi yang sesuai kebijakan kantor pos adalah sebagai berikut:

- a. Barang baru dengan harga yang termuat di faktur/kuitansi pembelian dengan nominal maksimal yang dapat dipertanggung jawabkan sebesar Rp. 20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah)
- b. Barang bekas yang telah ditetapkan oleh pengirim nilainya dengan persetujuan kantor pos nominal maksimal yang dapat dipertanggung jawabkan adalah Rp. 20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah)
- c. Barang seni, barang koleksi pribadi, Akta otentik (ijazah, SIM, STNK, BPKB) yang diterbitkan oleh sebuah instansi, institusi, atau Lembaga tertentu ditentukan berdasarkan biaya pengurusan atau pembuatannya maksimal sebesar Rp.6.00.000,00 (enam juta rupiah) per pucuk/koli

### 3.2.3 Kelemahan Fitur COD di PT. Pos Indonesia

Dalam penerapannya, fitur COD pada PT. Pos Indonesia masih memiliki beberapa kekurangan dikarenakan fitur COD terbilang baru dan Sebagian besar dijalankan menggunakan sistem. Beberapa kekurangannya antara lain:

1. Kendala pada Aplikasi/*Website* yang digunakan.

Beberapa kendala yang paling sering dijumpai adalah:

- a. Lama dalam memuat data pada aplikasi dan *website*.
- b. Resi yang sulit dilacak.
- c. Tidak berubahnya status pengiriman padahal sudah diperbarui

2. Petugas kiriman yang tidak bertanggungjawab

Kasus yang sering dijumpai adalah ketika pembeli/penerima sudah menyerahkan uang sesuai dengan tagihan dan seharusnya segera diserahkan ke

akun pospay penjual/pengirim oleh petugas antaran, namun dalam beberapa kejadian petugas antaran memanfaatkan kesempatan tersebut untuk kepentingan pribadi. Meskipun akan dituntaskan, namun menyebabkan proses pencairan dana terhambat. Selain itu juga banyak kasus dimana petugas kiriman memprioritaskan kiriman yang harus selesai hari itu saja meskipun barang sudah berada di tangan pengirim. Hal ini menyebabkan timbulnya rasa tidak percaya penjual/pengirim kepada PT. Pos Indonesia.

### 3. Pembeli yang tidak bertanggungjawab

Selain petugas kiriman, sering kali pihak pembeli yang menghambat proses COD itu sendiri. Banyak barang yang sudah diantar oleh petugas kiriman ke alamat pembeli/penerima namun ditolak pihak pembeli/penerima dengan beberapa alasan, antara lain:

- a. Pembeli tidak mau membayar dengan alasan tertentu.
- b. Pembeli tidak memiliki uang saat barang datang.
- c. Pembeli mengaku tidak memesan barang tersebut.
- d. Pembeli mengaku tidak berada di alamat tujuan agar pembayaran dapat ditunda.

### 4. Kendala teknis saat pengiriman

Kendala teknis yang sering dijumpai pada pengiriman adalah:

- a. Alamat yang terdapat pada invoice tidak dapat ditemukan.
- b. Salah sortir sehingga kiriman dikirimkan ke tujuan lain.
- c. Kiriman tidak terbawa.

- d. Penerima tidak dapat dihubungi.
- e. Penerima pindah alamat.



## BAB 4

### PENUTUP

#### 4.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penjelasan mengenai “Prosedur Fitur COD pada PT. Pos Indonesia Pekalongan” adalah:

1. PT. Pos Indonesia adalah perusahaan BUMN yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang (surat & paket). Fitur COD pada PT. Pos Indonesia dibuat untuk memenuhi kebutuhan pasar mengenai layanan pengiriman yang aman bagi pengirim maupun penerima. Fitur COD pada Kantor Pos Indonesia ini tidak bernaung pada *marketplace* seperti kebanyakan layanan pengiriman lainnya. Fitur COD pada PT. Pos Indonesia ini menggunakan aplikasi dan *website* yang dibuat oleh PT. Pos Indonesia Bersama vendor. Aplikasi utama yang digunakan dalam bertransaksi menggunakan fitur COD adalah POSin AJA untuk memantau kiriman dan Pospay sebagai dompet digital.
2. Dalam penerapan transaksi COD pada PT. Pos Indonesia, sudah ditetapkan prosedur dan standar tersendiri dari kiriman masuk sampai barang diterima oleh penerima dan dana diserahkan ke akun pospay pengirim. PT. Pos Indonesia akan berusaha bertanggungjawab terhadap semua kiriman yang menggunakan fitur COD maupun tidak asalkan pengirim sejak awal sudah setuju dengan prosedur yang ditawarkan oleh PT. Pos Indonesia.

3. Transaksi COD pada PT. Pos Indonesia wajib menggunakan invoice tercetak yang dibuat oleh petugas loket ataupun dapat dibuat sendiri oleh pengirim apabila hendak menggunakan fitur COD melalui aplikasi POSin Aja. Estimasi ongkos kirim akan muncul ataupun biaya COD akan muncul berdasarkan jarak tempuh pengiriman, pilihan layanan, berat dari kiriman itu sendiri.
4. Kekurangan utama dari fitur COD di PT. Pos Indonesia adalah sering terjadinya kendala pada aplikasi ataupun website yang digunakan. Selain itu ada beberapa kekurangan minor dalam proses transaksi fitur COD ini, antara lain adalah petugas antaran yang tidak bertanggungjawab, pembeli yang tidak bertanggungjawab, terjadi kendala teknis saat pengiriman.

#### **4.2 Saran**

1. Pendekatan pada masyarakat mengenai prosedur COD di PT. Pos Indonesia dikarenakan prosedur yang sedikit berbeda dengan fitur COD di perusahaan lain.
2. Memperbaiki kualitas perangkat, baik perangkat lunak (aplikasi dan *website*) dan perangkat keras (komputer, *scanner*, *printer*, dll) untuk menunjang kualitas layanan sehingga menumbuhkan kepercayaan konsumen.
3. Training kualitas SDM untuk memperbaiki kualitas pelayanan sehingga konsumen semakin percaya dan merasa aman untuk bertransaksi dan menggunakan jasa PT. Pos Indonesia.
4. Membuat kebijakan yang mempermudah pihak penjual, pihak pembeli, dan pihak kantor pos untuk kasus barang retur sehingga tidak ada yang dirugikan.

5. Bekerjasama dengan *marketplace* untuk semakin mengembangkan dan memperluas jaringannya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Diah Purbo. 2022. “Pengaruh Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) Pada E-Commerce Terhadap Konsumsi Masyarakat Kelurahan Kampung Baru, Dumai Dalam Perspektif Ekonomi Syariah.” *γ787* (8.5.2017):2003–5.
- Bowo, Galih. 2018. “Aplikasi E-Commerce Berbasis Web Mobile Pada Percetakan Biru Langit.” (09):138–43.
- Cahyani, Aviana. 2021. “Layanan E-Wallet Di Kota Purwodadi.”
- Dewi, Mustika. 2015. *Manajemen Pelayanan Jasa Transfer Di Bank Syariah Mandiri Cilacap*. Vol. 3.
- Ginting, Ginta. 2018. “Perspektif Baru Pemasaran Pada Sektor Jasa.” 1–40.
- Juru, Nyoman Ary. 2020. “Analisis Struktur Organisasi Terhadap Kinerja Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Buleleng.” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)* 4(2):408–21.
- Noor, Citra Kunia putri dan trisna insan. 2016. “Faktor Promosi.” *Analisis Pendapatan Dan Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani* 53(9):1689–99.
- Rachman, Tahar. 2018. “Analisis Rasio Aktivitas Untuk Mengukur Kinerja Keuangan.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 10–27.
- Tri, M. Bagus. 2020. “Perancangan Sistem Informasi Management Siswa Berprestasi Berbasis Android Pada Smk Pgri Rawalumbu.” *Jurnal Sains & Teknologi Fakultas Teknik* X(2):30–39.
- Vera Intanie, Dewi. 2006. “Perkembangan Sistem Pembayaran Di Indonesia.” *Bina Ekonomi* 10(2):60–77.