ANALISIS STRATEGI PENGGUNAAN POSPAY DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PT. POS INDONESIA KANTOR POS CABANG PARIAMAN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Diajukan oleh:

RAUDHATI RAHMAN

NIM: 3722143

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ISLAM

UIN SJECH M. DJAMIL DJAMBEK

BUKITTINGGI

2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **"Analisis Strategi Penggunaan Pospay dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Pariaman"** Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang teristimewa orang tua tersayang ayahanda dan ibunda yang telah memberikan segala kasih saying dan perhatian, melimpahkan pengorbanan dan kerja keras dalam mendidik penulis, terimakasih atas segala do'a dan dukungan semoga nantinya anakmu ini bisa menjadi anak yang membanggakan dan bermanfaat bagi banyak orang.

Selanjutnya dengan segala kerendahan hati penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu **Prof. Dr. Silfia Hanani, M S.i** selaku rektor UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
2. Bapak **Dr. Aidil Alfin, M.Ag** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
3. Bapak **Andis Febrian, MM** selaku ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah , Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Ibu **Dr. Sandra Dewi, SE.,MM** selaku dosen pembimbing yang selalu bersedia mengarahkan dan meluangkan waktunya ditengah-tengah kesibukan beliau.
5. Bapak/Ibu **Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terutama Dosen Manajemen Bisnis Syariah,** yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, terimakasih atas bimbingannya selama ini.
6. Bapak/Ibu **Kepala Perpustakaan UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi beserta Staff** yang telah menyediakan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan kepada semua pihak yang telah membantu dlam menyelesaikan skripsi ini, dengan pahala yang berlipat ganda.

Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penukisan yang berharga bagi penulis dan bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan serta bernilai ibadah dan mendapar pahala disisi Allah SWT. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Bukitinggi,

Raudhati Rahman

NIM: 3722143

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
DAFTAR TABEL v
DAFTAR GAMBAR vi
ABSTRAK vii
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar belakang masalah 1
B. Identifikasi masalah 9
C. Batasan masalah 9
D. Rumusan masalah 10
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 10
F. Penjelasan Judul 11
BAB II 15
LANDASAN TEORI 15
A. Landasan Umum 15
1. Kepuasan Pelanggan 15
2. POSPAY 17
3. Strategi Penggunaan 21
B. Landasan Syariah 25
1. Kepuasan Pelanggan dalam Persepektif Syariah 25
2. Pospay dalam Perspektif Islam 27
3. Strategi Penggunaan dalam Persektif syariah 30
C. Kajian Terdahulu 32
BAB III 51
METODE PENELITIAN 51
A. Jenis Penelitian 51
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 52
C. Sumber Data 53
D. Informan Penelitian 54
E. Teknik Pengumpulan Data 55
F. Teknik Analisis Data 57

BAB IV 60
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 60
A. Gambaran Umum Kantor Pos Cabang Pariaman 60
1. Sejarah Kantor Pos Cabang Pariaman 60
2. Sejarah Pospay 62
3. Visi dan Misi PT Pos Indonesia 63
4. Letak Geografis 64
B. Hasil Penelitian 64
C. Hasil Pembahasan 77
BAB V 82
PENUTUP 82
A. Kesimpulan 82
B. Saran 82
DAFTAR PUSTAKA .....

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pemakai dan Pengguna Baru Aplikasi Pospay 7

Tabel 1.2 Kajian Terdahulu..... 33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Utama Aplikasi Pospay 3
Gambar 2.1 Cara Pengunduhan Aplikasi 19
Gambar 2.2 Alur Registrasi 19
Gambar 2.3 Alur Registrasi 20
Gambar 2.4 Alur Registrasi 20
Gambar 2.5 Alur Registrasi 20

ABSTRAK

Penelitian ini dirancang untuk menelaah cara PT Pos Indonesia memanfaatkan aplikasi Pospay dalam rangka meningkatkan tingkat kepuasan para pelanggannya. Latar penelitian muncul dari transformasi layanan digital yang mendorong organisasi untuk menciptakan terobosan teknologi agar dapat menyesuaikan diri dengan ekspektasi serta kebutuhan konsumen. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini bersifat kualitatif dengan corak deskriptif, sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui metode wawancara, pengamatan lapangan, serta telaah dokumen, yang melibatkan pegawai dan pelanggan sebagai sumber informasi utama.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penggunaan Pospay telah memberikan kemudahan, kecepatan, dan kepraktisan dalam proses transaksi, sehingga berkontribusi positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Namun demikian, masih ditemukan beberapa kendala, seperti gangguan sistem dan keterbatasan pemahaman pengguna dalam mengoperasikan aplikasi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa strategi penggunaan Pospay sudah berjalan cukup baik, namun perlu ditingkatkan melalui perbaikan sistem dan sosialisasi yang berkelanjutan agar kepuasan pelanggan dapat tercapai secara optimal.

Kata Kunci: Strategi Penggunaan, Pospay, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study is orchestrated to scrutinize how PT Pos Indonesia harnesses the Pospay application to augment the contentment levels of its clientele. The impetus for this inquiry emanates from the metamorphosis of digital services, which compels institutions to engender technological innovations to attune themselves to the anticipations and requisites of consumers. The research employs a qualitative paradigm with a descriptive orientation, while data acquisition is executed through interviews, field observations, and document examination, engaging both employees and patrons as principal informants.

Findings reveal that the deployment strategy of Pospay has facilitated expediency, alacrity, and convenience in transactional procedures, thereby exerting a salutary influence on customer satisfaction. Nevertheless, certain impediments persist, including system malfunctions and users' limited comprehension of application operations. Consequently, it can be inferred that the Pospay utilization strategy functions adequately, yet necessitates enhancement through system refinement and sustained dissemination efforts to optimize customer satisfaction.

Keywords: Usage Strategy, Pospay, Customer Satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan besar dalam industri jasa keuangan, baik konvensional maupun syariah. Digitalisasi menjadi motor transformasi yang tidak hanya mengubah cara lembaga keuangan beroperasi, tetapi juga menggeser perilaku masyarakat dalam mengakses layanan keuangan. Inovasi seperti *mobile banking*, *internet banking*, *fintech*, hingga *blockchain* menghadirkan kemudahan, efisiensi, serta perluasan jangkauan layanan, terutama bagi masyarakat yang sebelumnya belum tersentuh layanan keuangan formal.[1]

Namun, transformasi ini tidak lepas dari berbagai tantangan. Bagi lembaga keuangan syariah, digitalisasi harus tetap berada dalam koridor prinsip syariah, sekaligus menghadapi hambatan infrastruktur, regulasi yang kurang adaptif. Sementara di sektor perbankan konvensional, digitalisasi menuntut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk memperkuat pengawasan dengan memanfaatkan *RegTech* agar kepatuhan, transparansi, dan keamanan data tetap terjaga.[2] Perkembangan digitalisasi layanan keuangan telah mendorong perubahan pola transaksi masyarakat menuju sistem pembayaran non-tunai yang lebih praktis dan efisien.

---

[1] Ferani Angelina Rahmawati, "Tantangan Dan Peluang Digitalisasi Dalam Lembaga Keuangan Syariah," *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 1 (2025): 141.

[2] Kris Widhianti, Dita Fitria Amelia, and Ageng Darma Putra Vijaya, "Pengaruh Digitalisasi Terhadap Efektivitas Pengawasan OJK Di Sektor Perbankan Indonesia," *Rio Law Jurnal* 6, no. 1 (2025): 223, http://dx.doi.org/10.36355/.v1i2OpenAccessat:https://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/RIO/index.

Di sisi lain, hukum memiliki peran yang sangat penting dalam mengarahkan perkembangan digitalisasi agar berjalan terkendali dan memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat. Kehadiran berbagai regulasi seperti POJK menunjukkan upaya negara dalam mengatur, mengawasi, sekaligus mendorong inovasi layanan keuangan digital. Maka oleh sebab itu, digitalisasi tidak hanya dipandang sebagai peluang peningkatan daya saing industri jasa keuangan, tetapi juga sebagai tantangan untuk memastikan keamanan, kepatuhan, dan kepercayaan publik tetap terjaga.[3]

Di era digitalisasi ini masyarakat cenderung menyukai hal-hal yg bersifat instan dan dapat dijangkau dengan mudah melalui teknologi. Salah satu lembaga negara yang turut menyelenggarakan pelayanan publik di bidang logistik dan keuangan yaitu PT. Pos Indonesia. Pos Indonesia adalah Badan Usaha Milik Negeri (BUMN), sebagai organisasi yang mencakup jasa komunikasi kurir, pesan, elektronik, transaksi keuangan, parsel, dan logistik.[4] Hal ini menyebabkan berbagai jenis produk perusahaan diinovasikan kedalam model digital.

Dalam konteks persaingan industri jasa kurir, logistik, dan layanan keuangan digital, PT Pos Indonesia menempati posisi strategis sebagai BUMN dengan jaringan distribusi terluas di Indonesia. Dengan lebih dari 4.000 kantor pos dan ribuan titik layanan yang menjangkau hingga wilayah 3T (Tertinggal,

---

[3] Dika Anggara Putra, Arina Novitasari, and Avira Budianita, "Peranan Hukum Di Era Digitalisasi Industri Keuangan," *Jurnak Keadilan Hukum* 5, no. 2 (2024): 17–22.

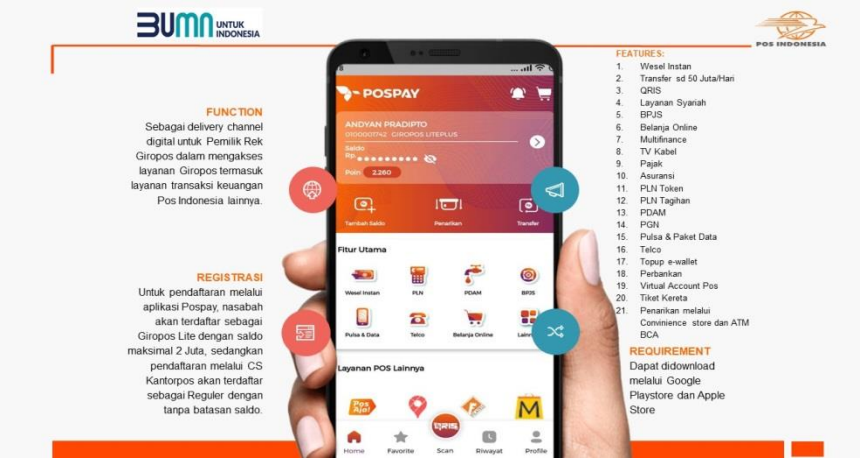
[4] Rifqi Dwi Putra, Nana Mulyana, and Dewie Brima Atika, "Platform Digital Berbasis Giropos: Inovasi Pelayanan Publik Di Masa Covid-19 (Studi Di PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung)," *Administrativa: Jurnal Birokrasi, Kebijakan Dan Pelayanan Publik* 3, no. 3 (2021): 1, https://doi.org/10.23960/administrativa.v3i3.105.

Terdepan, dan Terluar), Pos Indonesia memiliki daya jangkau yang tidak dimiliki oleh banyak pesaing swasta. Namun, posisi strategis tersebut sekaligus menghadapi tantangan besar dari perusahaan swasta yang lebih agresif dalam berinovasi dan memasarkan produk, seperti JNE, J&T, dan SiCepat di bidang kurir, maupun OVO, GoPay, Dana, dan ShopeePay di layanan keuangan digital.

PT. Pos Indonesia menghadirkan sebuah aplikasi dompet digital yaitu Pospay. Aplikasi ini merupakan langkah strategis PT Pos Indonesia untuk memperluas layanan keuangan digital. Namun, keberhasilan inovasi digital ini sangat ditentukan oleh sejauh mana strategi penggunaan yang diterapkan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan baik dari segi keandalan sistem, kecepatan transaksi, keamanan data, dan kemudahan penggunaan.[5]

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai layanan Pospay, berikut ditampilkan beberapa ilustrasi dan tampilan aplikasi yang menggambarkan fitur serta fungsi utama dari layanan tersebut.

Gambar 1.1 Tampilan Utama Aplikasi Pospay



[5] Ahmad Nur, Dwi Prasetyo, and Rizki Ramadhani, *Digitalisasi Dan Perubahan Strategi Organisasi Di Era Industri* (Yogyakarta: Deepublish, 2022).

Strategi Penggunaan berperan dalam memastikan bahwa aplikasi Pospay ini dapat atau tidak digunakan secara optimal oleh penggunanya. Dengan strategi penggunaan yang tepat, maka aplikasi pospay ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang menggunakannya. Hal ini sejalan dengan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang menitikberatkan sejauh mana kemanfaatan dan kemudahan aplikasi Pospay dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Tingkat penerimaan teknologi tersebut akan menjadi dasar untuk menilai kecenderungan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terhadap pengunaan aplikasi pospay.

Oleh karena itu, analisis strategi penggunaan Pospay menjadi penting untuk menilai sejauh mana PT Pos Indonesia mampu memanfaatkan posisinya yang strategis, sekaligus memastikan kepuasan pelanggan tetap terjaga di tengah persaingan yang semakin ketat.[6]

Pospay menjadi bagian dari upaya inovasi untuk memberikan kemudahan layanan berbasis teknologi digital yang dapat diakses oleh masyarakat secara lebih luas, cepat, dan aman. Namun, tantangan utama dari layanan berbasis teknologi ini adalah memastikan bahwa kualitas layanan tetap terjaga agar mampu menciptakan kepuasan pelanggan.[7] Dalam konteks layanan digital Pospay ini indikator strategi penggunaan meliputi keandalan sistem, kecepatan transaksi, kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan data

[6] Lendy Zelviean Adhari, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media, 2021).

[7] Oktarizka Reviandani, Susi Hardjati, and Bagus Nuari Harmawan, *Governance Di Era Digital* (Surabaya: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup, 2023).

dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan di tengah persaingan layanan digital yang semakin ketat.

Dalam konteks ini, perusahaan dituntut untuk mampu memberikan layanan teknologi yang tidak hanya cepat dan mudah, tetapi juga mampu menciptakan keamanan yang dirasakan langsung oleh pelanggan. Menurut Tjiptono, kepuasan pelanggan adalah cerminan dari harapan pelanggan yang dipenuhi atau bahkan dilampaui oleh perusahaan, dan hal tersebut berpengaruh besar terhadap loyalitas pelanggan.[8]

Pelanggan yang merasa puas cenderung untuk kembali menggunakan layanan yang ditawarkan dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.[9] PT. Pos Indonesia bersaing di tengah perkembangan teknologi dan tuntutan layanan yang cepat dan efisien, penting untuk menganalisis sejauh mana strategi penggunaan Pospay yang diberikan mampu membentuk kepuasan pelanggan.

Dalam penggunaan aplikasi Pospay, salah satu kendala utama yang sering dikeluhkan oleh pelanggan adalah sulitnya mengakses saldo yang tersimpan di dalam aplikasi. Meskipun Pospay dirancang sebagai layanan digital untuk memudahkan transaksi, kenyataannya proses pencairan saldo masih terbatas karena hanya dapat dilakukan melalui Kantor pos, agen Pospay, atau ATM BCA. Keterbatasan akses ini membuat pelanggan merasa kurang leluasa dan tidak nyaman ketika ingin mengambil saldo mereka.

[8] Roynaldus A. K. Agung, Antonius Philipus Kurniawan, and Paulus Juru, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere," *Jurnal Penelitian Mahasiswa* 3, no. 1 (2023): 18–19, https://doi.org/10.59603/projemen.v9i2.42.

[9] Muhammad Danil Aritonga et al., "PT. Media Akademik Publisher DI WARKOP RENCONG RUPI MMTC Muhammad Ja'far 2 Fadhil Muhammad 3," *(Jma)* 3, no. 1 (2025): 3.

Kondisi tersebut pada akhirnya berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Pospay, karena fitur yang seharusnya memberikan kemudahan justru menimbulkan hambatan dalam pengalaman pengguna.

Dalam perkembangan layanan keuangan digital, aplikasi Pospay menghadapi berbagai tantangan yang berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan. Melalui observasi awal serta wawancara dengan pihak pos masih terdapat beberapa masalah yang memengaruhi optimalisasi penggunaannya. Pertama, persaingan yang semakin ketat dengan dompet digital lain seperti OVO, GoPay, Dana, dan ShopeePay membuat Pospay harus berhadapan dengan Kompetitor yang menawarkan fitur lebih beragam serta pproposi yang lebih agresif. Kedua, disisi lain berbagai keluhan dari pelanggan mengenai penggunaan aplikasi Pospay menunjukkan bahwa layanan yang diberikan masih belum konsisten, sehinggan menurunkan pengalaman pengguna. Ketiga, sulitnya mengakses saldo yang tersimpan di aplikasi, karena pencairan hanya dapat dilakukan melalui kantor pos, agen Pospay, atau ATM BCA. Keterbatasan ini membuat pelanggan merasa kurang nyaman dalam memanfaatkan layanan tersebut. Keempat, Jumlah pengguna aktif dan pengguna baru Pospay selama periode Juni hingga Agustus 2025 mengalami peningkatan, namun masih belum mampu mencapai target bulanan yang telah ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi belum optimal dan strategi penggunaan yang diterapkan belum sepenuhnya efektif menarik maupun mempertahankan pengguna. Berbagai kondisi ini menjadi alasan

penting untuk dilakukan analisis lebih mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan Pospay.

Hal ini berpengaruh pada jumlah pengguna aplikasi Pospay di Kantor Pos Cabang Pariaman. Jumlah pengguna aktif maupun pengguna baru dalam tiga bulan terakhir yaitu pada bulan Juni 2025-Agustus 2025 masih belum sesuai dengan target yang ditetapkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi penggunaan Pospay masih perlu ditingkatkan agar lebih banyak masyarakat yang tertarik menggunakan layanan ini. Berdasarkan wawancara awal dengan salah satu pegawai Kantor Pos Cabang Pariaman, yaitu Bang Noval. Kondisi pencapaian pengguna aktif dan pengguna baru dalam tiga bulan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Data Pemakai dan Pengguna Baru Pospay di Kantor Pos Cabang Pariaman Tahun 2025

Data Pengguna Pospay	Juni	Juli	Agustus
Pengguna aktif	35	39	45
Pengguna baru	4	4	6
Target pengguna aktif	40	45	50
Target pengguna baru	10	10	10

Sumber: Observasi Awal dengan Pegawai Pos

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan aplikasi ini menunjukkan adanya perkembangan setiap bulannya. Pada bulan Juni jumlah pengguna aktif tercatat sebanyak 35 orang, kemudian meningkat menjadi 39 orang pada bulan Juli, dan kembali bertambah menjadi 45 orang pada bulan

Agustus. Pola yang sama juga terlihat pada kategori pengguna baru, di mana jumlahnya berada pada angka 4 orang pada bulan Juni dan Juli, lalu naik menjadi 6 orang pada bulan Agustus.

Disaat terjadinya tren pertumbuhan, angka tersebut belum mampu memenuhi target yang ditetapkan pihak kantor pos setiap bulannya. Target pengguna aktif ditentukan sebesar 40 orang pada bulan Juni, 45 orang pada bulan Juli, dan 50 orang pada bulan Agustus. Namun, jumlah yang terealisasi masih berada di bawah target. Hal ini juga terjadi pada jumlah pengguna baru, yang ditargetkan sebanyak 10 orang per bulan namun tidak pernah tercapai sepanjang periode tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat pemanfaatan Pospay masih belum maksimal di lingkungan Kantor Pos Cabang Pariaman.

Tidak tercapainya target disebabkan beberapa faktor, seperti masih rendahnya pemahaman masyarakat terhadap penggunaan layanan digital, kurang gencarnya sosialisasi mengenai fitur dan manfaat Pospay, serta adanya kendala teknis yang sesekali dirasakan pengguna. Selain itu, proses pencairan saldo yang masih terbatas melalui kantor pos, agen Pospay, atau ATM BCA membuat sebagian pengguna merasa kurang fleksibel dalam bertransaksi.

Melihat kondisi tersebut, strategi penggunaan Pospay tidak hanya dituntut untuk memperkenalkan aplikasi kepada pelanggan, tetapi juga memastikan kualitas sistem, efektivitas pendampingan, serta kemampuan layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu,

berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **"Analisis Strategi Penggunaan Pospay dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Pariaman."**

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat identifikasikan sebagai berikut:

1. Persaingan ketat dengan dompet digital lainnya (OVO, GoPay, Dana, ShopeePay) yang menawarkan fitur lebih beragam dan promosi agresif.
2. Adanya keluhan pelanggan terhadap penggunaan aplikasi Pospay serta belum konsistennya layanan yang diberikan oleh aplikasi Pospay sehingga berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan.
3. Pengambilan saldo yang tersimpan di aplikasi Pospay sulit diakses oleh pelanggan karena hanya bisa dilakukan di kantor pos, agen Pospay serta ATM BCA.
4. Jumlah pengguna aktif dan pengguna baru Pospay selama periode Juni hingga Agustus 2025 mengalami peningkatan, namun masih belum mampu mencapai target bulanan yang telah ditetapkan.

C. Batasan masalah

Fokus penelitian ini terbatas pada analisis strategi penggunaan Pospay terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini tidak mencakup layanan lain yang

disediakan oleh PT Pos Indonesia, seperti pengiriman barang maupun jsa keuangan di luar Pospay. Oleh karena itu, studi ini secara khusus menelaah bagaimana strategi penggunaan Pospay meliputi aspek kemudahan akses, kemanfaatan layanan, kualitas fitur aplikasi, serta responsivitas dalam menangani kebutuhan pengguna dapat berpengaruh tingkat kepuasan pelanggan yang memanfaatkan aplikasi tersebut.

D. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan batasan masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi penggunaan Pospay dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PT Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Pariaman?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1) Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi penggunaan Pospay dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Pariaman.

2) Kegunaan peneltian

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen, khususnya di bidang manajemen

pemasaran dan perilaku konsumen. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas tentang strategi penggunaan digital dan loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa. Pada penelitian ini dapat menambah literatur akademik mengenai strategi penggunaan, loyalitas pelanggan serta kendala atau hambatan dari pelayanan yang diberikan pihak Pos dan belum terstruktur secara profesional.

b. Kegunaan Praktis

Bagi PT. Pos Indonesia, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menyusun strategi peningkatan penggunaan Pospay agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Khususnya bagi Kantor Pos Cabang Pariaman, penelitian ini dapat membantu mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan dari layanan Pospay yang selama ini diterapkan. Hal ini akan membantu mereka dalam meningkatkan efektivitas pelayanan.

F. Penjelasan Judul

Dalam penelitian ini, untuk menghindari kekeliruan dalam memahami skripsi dan permasalahan yang ada, serta untuk menghindari terjadi kesalah pahaman judul skripsi, maka penulis memandang perlu adanya penjelasan terkait dengan beberapa istilah yang terdapat di dalam judul strategi di atas, yaitu:

Analisis : Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan ditafsir maknanya.[10]

Strategi : Strategi merupakan proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.[11]

Penggunaan : Penggunaan adalah sesuatu yang menggunakan semacam benda atau sejenisnya dan fasilitas yang lain. Teknologi pada dasarnya memiliki kontribusi dalam menciptakan keberagaman media, biaya produksi media dan tentu sajalah produksi yang

[10] Darmawati, "Analisis Manajemen Pembelajaran Pendidikan Pancasila Dalam," *Journal of Innovation Research and Knowledge* 2, no. 10 (2023): 3939.

[11] Mimin Yatminiwati, *Manajemen Strategi* (Jawa Timur: Widya Gama Press, 2019).

semakin murah serta canggih, memunculkan media secara masal.[12]

Pospay : Pospay adalah Pospay atau System Online Payment Point adalah layanan pembayaran secara online yang dikembangkan oleh PT Pos Indonesia untuk memudahkan masyarakat melakukan pembayaran rekening atau tagihan mitra kerja PT Pos Indonesia secara cepat, aman, dan nyaman tanpa harus datang langsung ke kantor pos.[13]

Kepuasan Pelanggan ; Kepuasan Pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya.[14]

Berdasarkan penjelasan judul di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berfokus pada analisis strategi penggunaa Pospay yang diterapkan oleh PT. Pos Indonesia dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan. Strategi penggunaan dipandang sebagai faktor penting yang tidak hanya menentukan kualitas layanan, tetapi juga berpengaruh terhadap

[12] Rulli Nasrulah, *Teori Dan Riset Media Siber* (JAKARTA: Kencana Media Group, 2014).

[13] Risos Valvenchia and Dhani Ichsanuddin Nur, "Pospay Sebagai Alat Transalsi Pembayaran Di Era Digital Perusahaan PT. Pos Indonesia (PERSERO) Regional V Surabaya," *Jrnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 4, no. 2 (2025): 250.

[14] Meithiana Indrasari, *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN* (Surabaya: UNITOMO PRESS, 2019).

kepuasan serta loyalitas pelanggan. Pospay merupakan inovasi layanan keuangan digital dari PT. Pos Indonesia yang memudahkan masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi secara cepat, aman, dan nyaman. Sementara itu, kepuasan pelanggan menjadi ukuran keberhasilan penerapan strategi pelayanan yang dilihat dari sejauh mana layanan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini menitikberatkan pada bagaimana strategi penggunaan Pospay dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya memperkuat kepuasan sekaligus loyalitas mereka terhadap PT. Pos Indonesia, khususnya di Kantor Pos Cabang Pariaman.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Umum

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merujuk pada perasaan positif yang dirasakan oleh pelanggan terhadap produk atau jasa yang mereka beli atau gunakan dari suatu perusahaan atau organisasi. Hal ini mencakup kesesuaian antara harapan pelanggan dan pengalaman yang diperoleh dari produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan atau organisasi tersebut. Jika pelanggan merasa bahwa produk atau layanan tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka, maka kepuasan pelanggan tercapai.[15]

Pelanggan atau konsumen adalah pihak yang memaksimumkan nilai, mereka membentuk harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan itu.[16] Pembeli akan membeli dari perusahaan yang memberikan nilai pelanggan tertinggi, yang didefinisikan sebagai selisih antara total nilai pelanggan dan total biaya pelanggan. Hal ini berarti bahwa para penjual harus menentukan total nilai pelanggan dan total nilai biaya bagi pelanggan yang ditawarkan oleh masing-masing pesaing untuk mengetahui bagaimana posisi tawaran mereka sendiri.

---

[15] Aditya Wardhana, *Kepuasan Pelanggan* (Jawa Tengah: EUREKA MEDIA AKSARA, 2024).

[16] Rosnaini Daga, *Citra Perusahaan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan* (Sulawesi Selatan: GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE, 2017).

Kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan loyalitas. Pelanggan yang puas cenderung akan kembali menggunakan layanan dan merekomendasikannya kepada orang lain (*word of mouth*). Loyalitas merupakan kesetiaan atau kepatuhan seseorang terhadap suatu merek, produk, atau layanan. [17]

Dalam konteks bisnis, loyalitas pelanggan mengacu pada sikappositif dan komitmen yang konsisten dari pelanggan terhadap suatu merek atau perusahaan. Pelanggan yang loyal umumnya melakukan pembelian secara konsisten, memberikan referensi produk atau layanan kepada orang lain, dan tetap setia dalam menggunakan produk atau layanan yang mereka favoritkan. Meningkatkan kesetiaan pelanggan menjadi faktor krusial untuk mencapai kesuksesan bisnis dalam jangka panjang. Karena pelanggan yang loyal cenderung memberikan kontribusi lebih besar terhadap pendapatan dan pertumbuhan perusahaan.

b. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan harapan pelanggan. Sebuah perusahaan perlu mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan.[18] Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan terhadap produk atau layanan di antaranya adalah sebagai berikut:

---

[17] Surya Andika and Pupung Purnamasari, "Pengaruh Variasi Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 8, no. 2 (2024): 1541, https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4189.

[18] Hermanto, *Faktor Pelayanan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya, 2019).

a) Kebutuhan dan keinginan, yaitu berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan oleh pelanggan saat pelanggan sedang mencoba melakukan transaksi dengan perusahaan. Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan sangat besar, maka harapan-harapan pelanggan yang berkaitan dengan kualitas produk dan layanan perusahaan akan tinggi pula, begitu juga sebaliknya.
b) Pengalaman masa lalu (terdahulu) ketika mengkonsumsi produk dan layanan, baik dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
c) Pengalaman teman-teman, cerita teman pelanggan tentang kualitas produk dan layanan perusahaan yang akan didapat oleh pelanggan.
d) Komunikasi melalui iklan dan pemasaran atau persepsi yang timbul dari image periklanan dan pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan.

2. POSPAY

a. Pengertian Pospay

Pospay adalah inovasi layanan keuangan digital dari PT Pos Indonesia yang secara resmi diluncurkan pada tanggal 26 Agustus 2021 bertepatan dengan perayaan hari ulang tahun (HUT) pos Indonesia yang ke-275 sebagai bagian dari upaya transformasi digital perusahaan.[19] Platform ini memanfaatkan rekening Giro Pos dan difasilitasi melalui perangkat smartphone agar masyarakat dapat

[19] Salsabila Rahiq Rahmat and Moch Armien Syifaa Sutarjo, "Strategi Branding PT Pos Indonesia (Persero) Pada Media Sosial Instagram @posindonesia.Ig," *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (2022): 71, https://doi.org/10.35326/medialog.v5i2.2429.

mengakses transaksi keuangan dan layanan pos secara mandiri. Tujuan utamanya adalah menjawab kebutuhan seluruh lapisan masyarakat termasuk UMKM, milenial, dan pengguna non-bankable untuk melakukan transaksi yang cepat, aman, dan tidak terbatasi oleh jarak maupun waktu.

Tujuan utama dari pengembangan Pospay adalah mewujudkan layanan keuangan digital yang cepat, aman, dan tidak dibatasi oleh lokasi maupun waktu**.** Dengan mengintegrasikan Giropos ke dalam aplikasi mobile, pengguna dapat melakukan berbagai transaksi seperti membayar tagihan, transfer uang, dan pengisian pulsa secara fleksibel dan real time.[20] Pendekatan ini mendorong literasi keuangan digital, sekaligus memperkokoh posisi PT Pos sebagai penyedia layanan modern dan inklusif.

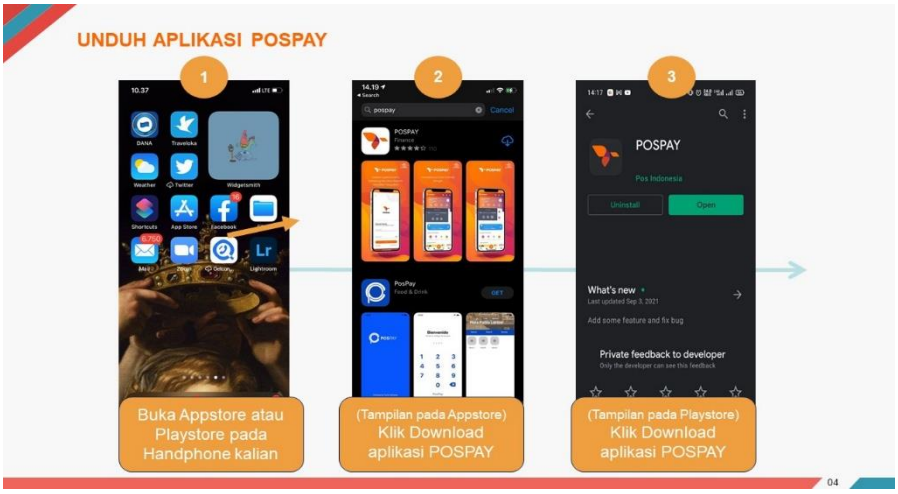
Pospay dirancang sebagai solusi inklusi keuangan yang menjangkau komunitas tanpa akses perbankan. Selain aplikasi, masyarakat yang tidak familiar dengan teknologi tetap bisa dilayani melalui kantor pos atau agen terdekat. Hal ini memungkinkan transaksi seperti pembayaran tagihan, cicilan, pembelian pulsa, hingga layanan zakat dan e-tilang dengan mudah dan instan. Berbeda dengan banyak fintech yang hanya digital, Pospay memanfaatkan jaringan fisik Pos Indonesia yang tersebar luas. Pengguna dapat datang ke kantor pos atau agen untuk konsultasi dan masalah teknis.

[20] Rayhan Ahmad Subchan et al., "Analisis Dynamic Governance Pada Program Pospay Di PT POS Indonesia Jakarta Selatan," *Jurnal Relasi Publik* 2, no. 4 (2024): 13, https://doi.org/10.59581/jrp-widyakarya.v2i4.4123.

b. Langkah-langkah Penggunaan Aplikasi Pospay

Berdasarkan pengertian pospay diatas, ada beberapa langkah untuk mengunduh dan melakukan registrasi pada aplikasi pospay yang di lengkapi Dengan gambar-gambar pendukung sebagai acuan dalam proses pendaftaran akun sebagai berikut:

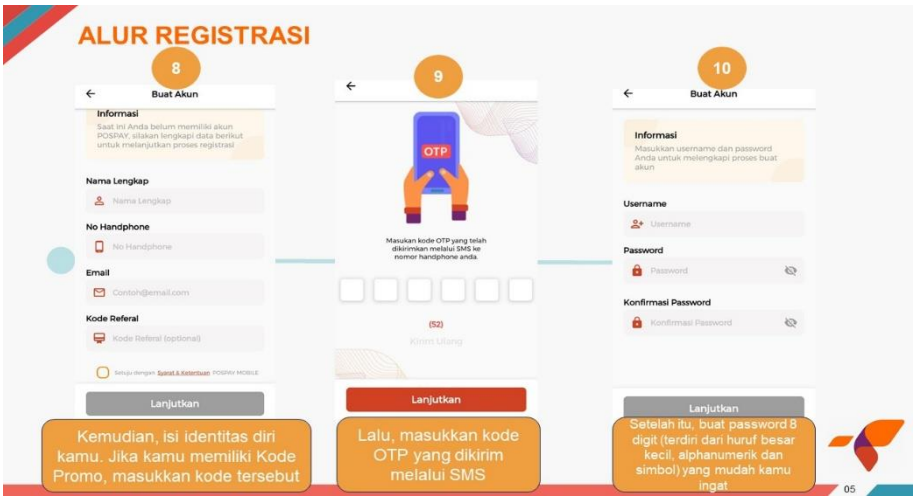
Gambar 2.1 Cara Pengunduhan Aplikasi



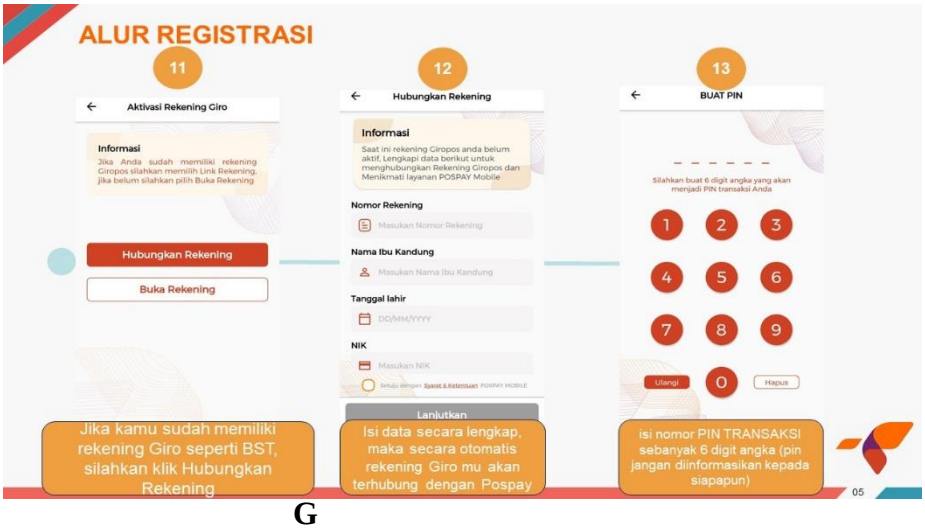
Gambar 2.2 Alur Registrasi



Gambar 2.3 Alur Registrasi

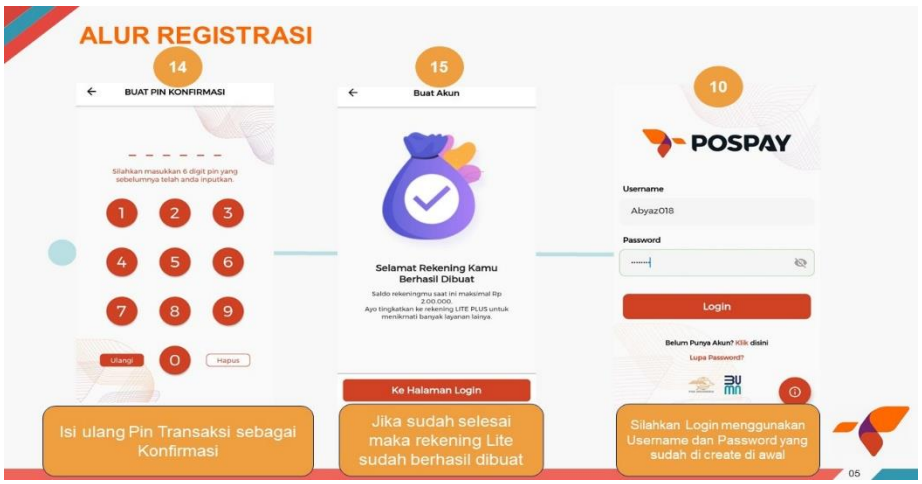


Gambar 2.4 Alur Registrasi



G

ambar 2.5 Alur Registrasi



3. Strategi Penggunaan

a. Pengertian Strategi Penggunaan

Dalam sebuah perusahaan, strategi merupakan salah satu faktor terpenting agar perusahaan dapat berjalan dengan baik. Strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya usaha suatu organisasi. Menurut Anshori, strategi adalah metode atau rencana yang dipilih untuk membawa masa depan yang diinginkan, seperti pencapaian tujuan atau solusi untuk masalah. Penggunaan kata strategi dalam manajemen atau suatu organisasi dapat diartikan sebagai "kiat-kiat atau cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematika dalam melaksanakann fungsi manajemen yang terarah pada tujuan strategi organisasi".[21]

Strategi adalah salah satu tindakan yang memiliki sifat incremental (senantiasa meningkat) serta terus menerus, yang dilakukan dengan berdasarkan sudut pandang megnenai tujuan yang diharapkan. Strategi memiliki banyak sekali definisi dalam perkembangannya sebagai sebuah konsep. Strategi sendiri berasal dari bahasa Yunani yakni strategeia, yang memiliki arti kepemimpinan dalam ketentaraan.

[21] Muhammad Iqbal, "Analisis Strategi Pelayanan Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan Pada Pt. Jaya Masawan Palembang Square," *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)* 4, no. 1 (2021): 301–2, https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v4i1.1395.

Kemudian istilah strategi itu meluas ke berbagai aspek kehidupan masyarakat.[22]

Penggunaan adalah proses memanfaatkan atau menerapkan suatu objek, alat, metode, atau sumber daya tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sehingga menghasilkan manfaat sesuai kebutuhan. Dalam konteks penelitian, penggunaan merujuk pada bagaimana responden atau individu memakai suatu produk, layanan, atau sistem sesuai fungsi yang telah ditentukan. [23]

Strategi penggunaan dalam konteks Pospay adalah upaya terencana yang dilakukan PT Pos Indonesia untuk mengarahkan dan mengoptimalkan bagaimana pelanggan memanfaatkan aplikasi Pospay secara efektif. Strategi ini mencakup peningkatan kemudahan akses, penyederhanaan alur transaksi, penyediaan informasi penggunaan yang jelas, serta pengembangan fitur yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Tujuannya adalah agar setiap layanan dalam aplikasi dapat digunakan dengan lancar, aman, dan nyaman oleh pelanggan.

Selain itu, strategi penggunaan juga berfokus pada penciptaan pengalaman pengguna yang positif melalui peningkatan kualitas teknis aplikasi dan layanan pendukungnya, seperti keandalan sistem, kecepatan respon, dan dukungan pelanggan. Dengan strategi yang

---

[22] Lorentza Mandagil, Marlien T Lapian, and Trintje Lambey, "Strategi Pemerintah Kecamatan Dalam Menghadapi Era New Normal Di Kecamatan Tomohon Utara Kelurahan Kakaskasen 1," *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi* 2, no. 3 (2022): hlm. 3.

[23] Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)* (Jakarta: Badab Pengembangan dan Pembinan Bahasa, 2016).

tepat, pengguna akan lebih mudah memahami fungsi Pospay, merasa terbantu dalam melakukan transaksi digital, dan pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan serta loyalitas mereka terhadap layanan PT Pos Indonesia.

b. Teori Strategi Penggunaan

Teori strategi penggunaan berkaitan erat dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), karena strategi yang tepat dapat meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) suatu aplikasi.[24] Dalam konteks Pospay, strategi penggunaan yang dirancang dengan baik seperti penyederhanaan alur transaksi, peningkatan keandalan sistem, dan penyediaan informasi yang jelas secara langsung memengaruhi sikap dan niat pengguna untuk menerima serta menggunakan aplikasi tersebut. Dengan demikian, strategi penggunaan menjadi faktor penting yang mendukung penerimaan teknologi menurut TAM dan berkontribusi pada meningkatnya kepuasan serta keberlanjutan penggunaan layanan digital.

Dimensi utama strategi penggunaan terdiri dari beberapa komponen yang berfungsi sebagai landasan dalam merancang dan mengarahkan pemanfaatan suatu layanan agar berjalan efektif dan sesuai tujuan organisasi. Adapun dimensi-dimensi tersebut meliputi:

[24] Shelma Karomi and Edy Purwanto, "PENGARUH THEORY TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPONTAN PADA," *Jurnal MISSY (Management and Business Strategy)* 5, no. 1 (2024): 24.

a) Tujuan dan Sasaran

Dimensi tujuan dan sasaran berkaitan dengan penetapan arah yang ingin dicapai organisasi melalui strategi penggunaan. Dalam konteks layanan seperti Pospay, tujuan dan sasaran ini mencakup kejelasan visi penggunaan aplikasi, peningkatan jumlah pengguna aktif, serta pencapaian tingkat kepuasan pelanggan yang diharapkan.

b) Kebijakan

Dimensi kebijakan mencakup aturan, prosedur, dan pedoman yang mengarahkan implementasi strategi penggunaan agar sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Kebijakan ini berfungsi sebagai batasan dan acuan operasional, misalnya standar layanan, keamanan transaksi, dan pedoman pemanfaatan fitur dalam aplikasi Pospay.

c) Program

Dimensi program merujuk pada rangkaian tindakan atau langkah-langkah terperinci yang disusun untuk mewujudkan tujuan dan sasaran strategi. Dalam penggunaan Pospay, program ini dapat berupa sosialisasi fitur, edukasi digital kepada pengguna, peningkatan kualitas aplikasi, serta evaluasi rutin untuk mengukur efektivitas implementasi strategi.

B. Landasan Syariah

1. Kepuasan Pelanggan dalam Persepektif Syariah

Dalam pandangan syariah, kepuasan pelanggan merupakan unsur penting dalam praktik muamalah Islam yang berlandaskan pada nilai keadilan, kejujuran, serta kemaslahatan bersama. Kepuasan pelanggan tidak semata-mata diartikan sebagai terpenuhinya kebutuhan secara materi, melainkan juga mencakup dimensi etis, moral, dan keberkahan dalam setiap proses transaksi yang berlangsung.

Islam menekankan bahwa setiap aktivitas pelayanan dan transaksi harus dijalankan secara bertanggung jawab serta tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Prinsip ini sejalan dengan konsep ihsan, yaitu upaya memberikan pelayanan terbaik yang melampaui batas kewajiban formal. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dalam perspektif syariah dapat terwujud apabila pelayanan diberikan secara maksimal, terbuka, dan selaras dengan nilai-nilai ajaran Islam.

Konsep kepuasan pelanggan dalam Islam juga berkaitan erat dengan prinsip keadilan (‘adl)**.** Penyedia layanan memiliki kewajiban untuk memenuhi hak-hak pelanggan secara adil dan proporsional, tanpa adanya unsur penipuan, manipulasi, ataupun ketidakjelasan informasi (gharar). Pelanggan yang memperoleh informasi yang transparan, perlakuan yang

adil, serta layanan yang jujur cenderung merasakan tingkat kepuasan yang berkelanjutan.[25]

Selain prinsip keadilan, kepuasan pelanggan juga dibangun atas dasar nilai kejujuran (*shiddiq*) dan amanah. Setiap janji layanan, mutu produk, serta manfaat yang disampaikan kepada pelanggan harus sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Rasulullah SAW menegaskan bahwa kejujuran dalam bermuamalah akan mendatangkan keberkahan, sedangkan ketidakjujuran dapat menghilangkan keberkahan meskipun secara materi tampak menguntungkan.

Islam juga menegaskan larangan terhadap segala bentuk perbuatan yang dapat merugikan pelanggan, sebagaimana tercermin dalam kaidah *lā ḍarar wa lā ḍirār*, yang bermakna tidak boleh menimbulkan bahaya bagi diri sendiri maupun orang lain. Prinsip ini menegaskan bahwa pencapaian kepuasan pelanggan harus dilakukan tanpa adanya unsur pemaksaan, kecurangan, ataupun pelayanan yang merugikan.[26]

Dengan demikian, kepuasan pelanggan dalam landasan syariah tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kepuasan jangka pendek, tetapi juga mencakup nilai keberkahan, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Pelayanan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah akan memperkuat kepercayaan pelanggan serta membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara penyedia layanan dan pelanggan.

---

[25] Adhy Firdaus, Siti Pratiwi Husain, and Djoko Soelistya, *Etika Bisnis Syariah* (Kota Solok, Sumatera Barat: PT. Mafy Media Literasi Indonesia, 2024).

[26] Devia Anjeli, Kurnaemi Anita, and Hijrayanti Sari, "AL-QIBLAH :," *Jurnal Studi Islam Dan Bahasa Arab* 3, no. 4 (2024): 762, https://doi.org/10.36701/qiblah.v3i4.1652.

2. Pospay dalam Perspektif Islam

Dalam kajian ekonomi Islam, aktivitas pelayanan dan transaksi keuangan termasuk ke dalam wilayah muamalah yang pada dasarnya diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan ketentuan syariah. Sejalan dengan perkembangan teknologi digital, berbagai inovasi layanan keuangan terus berkembang dan dimanfaatkan oleh masyarakat untuk menunjang aktivitas ekonomi sehari-hari. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah aplikasi Pospay yang disediakan oleh PT Pos Indonesia sebagai media transaksi non-tunai. Kehadiran Pospay memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan pembayaran berbagai kebutuhan secara praktis dan efisien.

Dalam perspektif syariah, layanan keuangan digital seperti Pospay dipandang sebagai sarana pendukung transaksi yang hukum penggunaannya bergantung pada kesesuaian mekanisme dan praktik layanannya dengan prinsip-prinsip Islam, khususnya dalam mendorong akses dan inklusi keuangan yang lebih luas di masyarakat.[27]

Penerapan nilai-nilai syariah dalam penggunaan Pospay tercermin melalui pemenuhan prinsip keadilan, kejujuran, serta keterbukaan informasi. Prinsip keadilan menuntut agar setiap layanan yang diberikan tidak menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Oleh karena itu, seluruh biaya administrasi maupun ketentuan penggunaan aplikasi harus disampaikan secara jelas, transparan, dan proporsional. Transparansi

[27] Ahmad Ridha Jafar, "Peran Fintech Syariah Dalam Inklusi Keuangan Digital: Analisis Maqashid-Al-Shariah Ahmad," *Jurnal Studi Hukum Islam* 14, no. 3 (2025): 343–45.

informasi menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan pengguna, terutama yang berkaitan dengan prosedur transaksi, keamanan dana, serta kejelasan manfaat layanan. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa layanan keuangan digital yang sesuai syariah harus menghindari unsur gharar, maysir, dan praktik yang berpotensi merugikan pengguna.[28]

Aspek amanah merupakan unsur fundamental dalam pengelolaan layanan keuangan berbasis digital. Dalam Islam, amanah tidak hanya dipahami sebagai kewajiban moral, tetapi juga sebagai tanggung jawab yang harus dijalankan secara profesional dan dapat dipertanggungjawabkan. Pengelola Pospay dituntut untuk menjaga keamanan data pribadi serta dana pengguna melalui sistem yang andal dan mekanisme pengawasan yang memadai. Apabila terjadi kendala atau kesalahan dalam transaksi, penyedia layanan berkewajiban memberikan penyelesaian yang adil dan cepat guna menghindari ketidakpastian serta potensi kerugian bagi pelanggan. Tantangan dalam menjaga kepatuhan syariah dan keamanan sistem digital ini menjadi perhatian penting dalam pengembangan layanan keuangan digital berbasis syariah.[29]

Dari sisi akad, penggunaan Pospay dapat dikaitkan dengan akad wakalah, yaitu pemberian kuasa dari pengguna kepada penyedia layanan untuk melakukan transaksi tertentu atas nama pengguna. Sementara itu,

---

[28] Nirma Shalwa and Baidhowi, "IMPLEMENTASI PRINSIP-PRINSIP SYARIAH DALAM FINTECH SYARIAH SEBAGAI REVOLUSI EKONOMI SYARIAH DI INDONESIA," *Jurnal Kajian Agama Dan Dakwah* 15, no. 1 (2025): 10–13.

[29] A M Fadli Dzil Jalal, Imron Rosyadi, and Syamsul Hidayat, "Tinjauan Sistematis Tentang Integrasi Keuangan Digital Dalam Pasar Keuangan Syariah : Risiko Dan Tantangan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 11, no. 05 (2025): 261–63.

biaya yang dikenakan atas penggunaan layanan dapat dikategorikan sebagai akad ijarah, yakni imbalan atas jasa yang diberikan. Selama akad-akad tersebut dijalankan sesuai dengan ketentuan syariah dan tidak mengandung unsur riba, gharar, maupun maysir, maka praktik penggunaan Pospay dapat dinilai sah dan diperbolehkan. Apabila terdapat fitur penyimpanan saldo sementara, maka pengelolaannya harus dilakukan secara transparan dan tidak memberikan manfaat tambahan yang berpotensi mengarah pada praktik riba.

Keberadaan Pospay juga dapat dianalisis dari sudut pandang kemaslahatan. Salah satu tujuan utama syariah adalah mewujudkan kemanfaatan bagi umat serta meminimalkan potensi kemudaratan. Pospay memberikan kontribusi positif dalam bentuk kemudahan akses layanan keuangan, efisiensi waktu transaksi, serta peningkatan inklusi keuangan di masyarakat. Manfaat tersebut menunjukkan bahwa layanan keuangan digital memiliki relevansi dengan tujuan maqashid syariah selama penggunaannya diarahkan pada aktivitas yang halal, aman, dan bermanfaat bagi pengguna.

Dalam konteks kepuasan pelanggan, perspektif syariah menempatkan kepuasan tidak hanya pada aspek teknis layanan, tetapi juga pada dimensi etika, keadilan, dan keberkahan. Kepuasan pelanggan tercapai apabila layanan diberikan secara profesional, jujur, dan bertanggung jawab, serta mampu memenuhi kebutuhan pengguna tanpa mengabaikan prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, penerapan nilai-nilai syariah dalam

strategi pengembangan dan penggunaan Pospay diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan serta menciptakan hubungan yang harmonis antara penyedia layanan dan pengguna.

3. Strategi Penggunaan dalam Persektif syariah

Strategi penggunaan layanan digital dalam perspektif syariah harus berlandaskan nilai keadilan, kejujuran, dan amanah agar tidak merugikan pengguna. Prinsip keadilan menuntut agar setiap layanan digital dijalankan secara proporsional, termasuk dalam penetapan biaya, penyampaian informasi, serta pemenuhan hak dan kewajiban antara penyedia layanan dan pengguna. Dalam konteks layanan digital, keadilan juga berarti tidak adanya praktik manipulatif atau promosi yang menyesatkan yang berpotensi merugikan konsumen. Sementara itu, nilai kejujuran diwujudkan melalui transparansi informasi terkait prosedur penggunaan, manfaat layanan, serta risiko yang mungkin timbul dalam transaksi digital. Kejujuran menjadi fondasi utama dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap layanan berbasis teknologi.[30]

Selain keadilan dan kejujuran, prinsip amanah memiliki peran penting dalam strategi penggunaan layanan digital berbasis syariah. Amanah menuntut penyedia layanan untuk bertanggung jawab dalam menjaga keamanan data pribadi dan dana pengguna, serta memastikan bahwa setiap

[30] Alfiana Yustia et al., "ANALISIS PENERAPAN NILAI-NILAI SYARIAH DALAM STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA E-COMMERCE ANALISIS PENERAPAN NILAI-NILAI SYARIAH DALAM STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA E-COMMERCE," *Jurnal Media Akademik* 3, no. 10 (2025): 6–8.

transaksi dijalankan sesuai dengan akad yang disepakati. Penerapan nilai amanah juga tercermin dari kesiapan penyedia layanan dalam memberikan solusi atas kendala atau kesalahan transaksi secara adil dan transparan. Dengan menerapkan nilai keadilan, kejujuran, dan amanah secara konsisten, strategi penggunaan layanan digital tidak hanya berorientasi pada peningkatan penggunaan, tetapi juga bertujuan menciptakan rasa aman, kepercayaan, dan keberkahan dalam aktivitas transaksi digital sesuai dengan prinsip syariah.

Perkembangan digitalisasi layanan keuangan menuntut penyedia layanan untuk menghadirkan sistem yang mampu meningkatkan efisiensi transaksi sekaligus menjaga kepatuhan syariah, mengingat pengguna semakin membutuhkan layanan yang praktis dan terpercaya. Pospay sebagai aplikasi layanan pembayaran digital dapat diposisikan sebagai bagian dari strategi digital yang bertujuan memberikan kemudahan akses transaksi non-tunai, sekaligus meningkatkan kepuasan pengguna melalui pelayanan yang efektif dan andal. Namun demikian, strategi penggunaan tersebut harus disertai dengan penerapan prinsip keadilan, transparansi, dan kepatuhan syariah agar seluruh mekanisme transaksi terhindar dari unsur riba, gharar, dan ketidakjelasan akad.[31]

Selain itu, keberhasilan strategi penggunaan Pospay juga dipengaruhi oleh kesiapan infrastruktur sistem dan kemampuan sumber daya manusia dalam memberikan pendampingan kepada pengguna. Dengan memastikan

[31] Tiara Adelia Putri, Anggun Okta Fitri, and Moh Bahrudin, "Strategi Digitalisasi Terhadap Bank Syariah Untuk Meningkatkan Daya Saing," *Jurnal Bersama Ilmu Ekonomi* 1, no. 2 (2025): 146–51, https://doi.org/10.55123/ekonom.v1i2.191.

bahwa setiap fitur dan layanan Pospay dijalankan sesuai prinsip syariah, strategi penggunaan aplikasi ini tidak hanya berorientasi pada efisiensi dan peningkatan jumlah pengguna, tetapi juga pada terciptanya kepercayaan dan kepuasan pengguna secara berkelanjutan.

G. Kajian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi yang diambil oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini. Melihat hasil karya ilmiah para peneliti yang terdahulu, yang mana pada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh peneliti sebagai pendukung penelitian. Tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sama. Berikut adalah beberapa hasil penelitian yang dijadikan sebagai referensi:

Tabel 1.2 Kajian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun dan Sumber	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Ananda Putri Romadhoni dan Moh. Agung Surianto, 2022 (Jurnal Ekobistek.)	Analisis Penerapan Strategi Attention, Interest, Desire dan Action pada Aplikasi Layanan Pospay.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi AIDA pada aplikasi keuangan Pospay di PT Pos Indonesia KCU Malang merupakan sebuah strategi yang tepat terutama Pospay merupakan salah satu inovasi baru yang	Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya terletak pada fokus penerapan strategi AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) dalam upaya memperkenalkan dan mempromosikan layanan Pospay kepada masyarakat. Arah penelitian ini lebih

			memudahkan masyarakat dalam transaksi keuangan dan PT Pos Indonesia KCU Malang terus melakukan upaya-upaya untuk memperkenalkan aplikasi Pospay dengan kajian AIDA.[32]	menitikberatkan pada efektivitas strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan perhatian serta minat awal pengguna terhadap Pospay. Perbedaan mendasar dengan penelitian ini adalah bahwa penelitian Anda tidak membahas strategi pemasaran atau promosi. Penelitian ini secara khusus

[32] Ananda Putri Romadhoni and Moh. Agung Surianto, "Analisis Penerapan Strategi Attention, Interest, Desire Dan Action Pada Aplikasi Layanan Pospay," *Jurnal Ekobistek* 11, no. 4 (2022): 316, https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.426.

				menelaah strategi penggunaan Pospay dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga lebih berorientasi pada pengalaman pengguna, kualitas interaksi dengan aplikasi, serta efektivitas fitur layanan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
2	Umi Kalsum, Keren Klevia Thomas, Yesaya Tommy	Analisis Minat Penggunaan Fasilitas	Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi Pospay dinilai	Penelitian sebelumnya lebih menekankan pada penggunaan

	Paulus dan Samsu Alam, 2023 (Jurnal Dipanegara Komputer Sistem Informasi.)	Aplikasi Pospay Menggunakan Metode TAM (Studi Kasus Kantor Pos Pusat Makassar)	mudah digunakan, bermanfaat, serta memberikan informasi layanan yang akurat dan up to date. Faktor-faktor dalam model Technology Acceptance Model (TAM), seperti *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*, terbukti memengaruhi minat pegawai pos maupun	pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Pospay, terutama persepsi kemudahan (perceived ease of use) dan persepsi kegunaan (perceived usefulness). Fokus penelitian tersebut berada pada aspek penerimaan teknologi dan kecenderungan

			masyarakat untuk menggunakan Pospay. Artinya, semakin mudah dan berguna aplikasi, semakin tinggi minat pengguna untuk menggunakannya.[33]	masyarakat untuk menggunakan aplikasi. Sementara itu, penelitian Anda tidak membahas minat atau niat penggunaan berdasarkan TAM. Penelitian ini memusatkan perhatian pada analisis strategi penggunaan Pospay dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan, sehingga orientasinya

[33] Umi Kalsum et al., "Analisis Minat Penggunaan Fasilitas Aplikasi Pospay Menggunakan Metode TAM (Studi Kasus Kantor Pos Pusat Makassar)," *Jurnal Dipanegara Komputer Sistem Informasi* 17, no. 1 (2023): 28–31.

				berada pada kualitas layanan yang dialami pengguna dan bukan pada proses terbentuknya minat atau intensi penggunaan.
3	Mutia Sari Dewi dan Nuri Aslami, 2022 (Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan Transekonomika.)	Analisis Strategi Marketing Terhadap Minat Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Keuangan Pospay Pada Pt Pos Indonesia (Persero)	Penelitian ini menemukan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan PT. Pos Indonesia Regional I Sumatera dalam memasarkan Pospay mencakup *pull strategy*	Fokus penelitian sebelumnya menitikberatkan pada strategi pemasaran Pospay yang meliputi pull, push, dan pass strategy. Ketiga strategi tersebut dianalisis dalam konteks peningkatan minat konsumen

		Regional I Sumatera	(promosi, informasi produk, sponsorship), *push strategy* (mendorong penggunaan dan memperluas target pasar), dan *pass strategy* (membangun citra positif melalui CSR dan opini publik). Strategi ini terbukti meningkatkan minat masyarakat dalam	terhadap layanan Pospay. Dengan demikian, penelitian terdahulu ini sepenuhnya berada dalam lingkup strategi pemasaran dan promosi. Berbeda dengan penelitian Anda yang tidak menilai strategi pemasaran, penelitian ini berfokus pada strategi penggunaan Pospay, yaitu bagaimana aplikasi digunakan secara optimal oleh

			menggunakan layanan Pospay karena kemudahan dan manfaat yang ditawarkan.[34]	pelanggan dan bagaimana strategi tersebut menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, perbedaan utamanya terdapat pada orientasi penelitian: pemasaran dan minat konsumen pada penelitian terdahulu, sedangkan pada penelitian ini fokusnya pada penggunaan aplikasi dan kepuasan

[34] Mutia Sari Dewi and Nuri Aslami, "Analisis Strategi Marketing Terhadap Minat Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Keuangan Pospay Pada Pt Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera," *Jurnal Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan* 2, no. 4 (2022): 83–85, https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i4.148.

				pelanggan.
4	Adella Frascillia Samma, Kheyene Molekandella Boer, 2023 (Jurnal *An-nida*.)	Analisis Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Meningkatkatkan Pelayanan Publik PT Pos Indosesian	Berdasarkan hasil penelitian, pemanfaatan teknologi informasi melalui aplikasi Pospay dan Pos Remittance berpengaruh signifikan dalam meningkatkan pelayanan publik PT Pos Indonesia di Kabupaten Nunukan. Peningkatan tersebut terlihat melalui tiga	Pada penelitian sebelumnya lebih memfokuskan analisis pada pemanfaatan teknologi informasi, termasuk Pospay dan Pos Remittance, dalam meningkatkan pelayanan publik PT Pos Indonesia. Aspek yang dianalisis mencakup transparansi, partisipasi, dan efisiensi

			aspek, yaitu transparansi, partisipasi, dan efisiensi. Transparansi diwujudkan melalui penerapan SOP, penyediaan informasi penggunaan aplikasi, serta keterbukaan data transaksi seperti saldo, riwayat, mutasi, dan rincian biaya. Partisipasi pelanggan meningkat melalui	pelayanan. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian Anda tidak berorientasi pada pelayanan publik atau transformasi proses administrasi. Anda meneliti secara lebih spesifik mengenai bagaimana strategi penggunaan aplikasi Pospay dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama dari sisi

			tersedianya berbagai kanal pengaduan dan ruang penyampaian saran. Sementara itu, efisiensi tercapai melalui percepatan waktu pelayanan serta minimnya kesalahan input berkat sistem yang terotomasi. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa	keandalan sistem, kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, dan kenyamanan layanan. Oleh karena itu, lingkup penelitian Anda lebih diarahkan pada kualitas pengalaman pelanggan, bukan pada peningkatan pelayanan publik secara umum.

			penggunaan teknologi informasi mampu memperbaiki kualitas layanan, yang tercermin dari meningkatnya jumlah mitra pengguna aplikasi setiap tahun.[35]	
5	Hasilah Murodatul, Abu Yazid Kuthny, Yenny Kartka, 2024 (Jurnal Adi Islamic Economic.)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Penggunaan Aplikasi Pospay Terhadap Loyalitas	Hasil Penelitian ini Menemukan bahwa kualitas pelayanan pada penggunaan aplikasi Pospay terbukti berpengaruh	Pada penelitian sebelumnya mengkaji pengaruh kualitas pelayanan aplikasi Pospay terhadap loyalitas pelanggan dengan

[35] Adella Frascillia Samma, Kheyene Molekandella Boer, and Universitas Mulawarman, "ANALISIS PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN PUBLIK PT POS INDONESIAN," *Jurnal An-Nida* 15, no. 1 (2023).

		Pelanggan Studi Kasus PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Probolinggo	positif terhadap loyalitas pelanggan PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Probolinggo. Melalui metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana terhadap 30 responden pengguna Pospay, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memperoleh tanggapan	pendekatan kuantitatif menggunakan analisis regresi linear. Fokus utamanya adalah pada hubungan antara kualitas pelayanan dan tingkat loyalitas pelanggan. Perbedaannya dengan penelitian Anda terletak pada variabel terikat yang diteliti. Penelitian Anda tidak menilai loyalitas pelanggan, tetapi secara spesifik menelaah bagaimana

			positif dari pelanggan, yang ditunjukkan oleh indikator bukti fisik sebesar 0,588, normalitas residual 0,030, serta reliabilitas sebesar 0,770. Hasil analisis regresi juga menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh sebesar 58% terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini	strategi penggunaan Pospay dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian Anda menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang mendalam untuk menggali pengalaman pengguna, sedangkan penelitian sebelumnya bersifat kuantitatif dan terukur melalui instrumen survei.

			mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan melalui aplikasi Pospay, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan dalam menggunakan layanan PT Pos Indonesia.[36]	
6	Siti Zohrah Indah Mahartati, Ni Ketut Sriwinarti, Defel Septian,	Analisa Tingkat Kinerja PT. Pos Indonesia Diukur	Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan pada penggunaan aplikasi Pospay	Pada penelitian sebelumnya lebih menganalisis tingkat kinerja PT Pos Indonesia menggunakan

[36] Hasilah Murodatul Fitria, Abu Yazid Kuthny, and Yenny Kartka, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PENGGUNAAN APLIKASI POSPAY TERHADAP LOYALITAS.

	2023 (Jurnal Riset Ekonomi, Akuntansi dan Perpajakan.)	Menggunakan Metode *Balance Scorecard* dengan *Six Sigma*	terbukti berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Probolinggo. Melalui metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana terhadap 30 responden pengguna Pospay, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan	pendekatan Balanced Scorecard dan Six Sigma. Walaupun Pospay menjadi salah satu aspek yang dinilai, penelitian ini tidak berfokus pada penggunaan aplikasi oleh pelanggan, melainkan pada kinerja organisasi secara keseluruhan. Dengan demikian, analisisnya berada pada tingkat makro dan bersifat evaluatif terhadap performa perusahaan.

			memperoleh tanggapan positif dari pelanggan, yang ditunjukkan oleh indikator bukti fisik sebesar 0,588, normalitas residual 0,030, serta reliabilitas sebesar 0,770. Hasil analisis regresi juga menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh sebesar 58% terhadap loyalitas	Penelitian Anda memiliki perbedaan substansial karena hanya menelaah strategi penggunaan Pospay sebagai faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga pembahasannya berlangsung pada tingkat operasional layanan dan pengalaman pengguna, bukan pada kinerja organisasi secara komprehensif.

			pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan melalui aplikasi Pospay, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan dalam menggunakan layanan PT Pos Indonesia.[37]	

[37] Siti Zahroh Indah Mahartati, Ni Ketut Sriwinarti, and Defel Septian, "Analisa Tingkat Kinerja Pt . Pos Indonesia Diukur Menggunakan Metode Balance Scorecard Dengan Six Sigma," *Jurnal Riset Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan* 4, no. 2 (2023), https://doi.org/10.30812/rekan.v4i2.3279.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, dalam metode ini penelitian dilakukan dengan cara penelitian lapangan melalui (wawancara). Penelitian lapangan (wawancara) merupakan teknik pengumpulan data dengan memberi sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian kepada narasumber yang sudah ditentukan.[38] Tujuannya untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana kualitas layanan Pospay dirasakan pelanggan serta bagaimana hal tersebut membentuk kepuasan pelanggan.

Pendekatan kualitatif untuk penelitian berkaitan dengan penilaian subyektif dari sikap, pendapat dan perilaku. Penelitian dalam situasi seperti itu adalah fungsi dari wawasan dan kesan peneliti. Pendekatan penelitian semacam itu menghasilkan hasil baik dalam bentuk non-kuantitatif atau dalam bentuk yang tidak dikenai analisis kuantitatif yang ketat.[39] Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk memahami (*to understand*) fenomena atau gejala sosial dengan lebih menitik beratkan pada gambaran yang lengkap

[38] Syafrida Hafni Sahir, *METODOLOGI PENELITIAN* (Yogyakarta: PENERBIT KBM INDONESIA, 2022).

[39] Adhi Kusumastuti and Ahmad Mustamil Khoiron, *METODE PENELITIAN KUALITATIF* (Semarang, 2019), Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).

tentang fenomena yang dikaji daripada memerincinya menjadi variabel-variabel yang saling terkait.[40]

Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif adalah metode dalam meneliti status sekeompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.[41]

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Pariaman yang beralamat di Jl. Tugu Perjuangan 45, Kecamatan Pariaman Tengah, Kota Pariaman. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Kantor Pos Cabang Pariaman merupakan salah satu cabang yang aktif menyediakan layanan Pospay dengan jumlah pelanggan yang cukup banyak dan wilayah pelayanan yang luas, sehingga dinilai representatif untuk menggambarkan kualitas layanan serta tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilaksanakan pada 26 November 2025 s/d 26 Desember 2025 melalui beberapa tahapan, yaitu persiapan penelitian, pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta analisis data menggunakan metode kualitatif deskriptif. Seluruh proses

[40] Nazar Naamy, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar & Aplikasinya*, *Rake Sarasin* (Mataram: Pusat Penelitian dan Publikasi Ilmiah, 2019).

[41] Mariana Kristiyanti, *METODE PENELITIAN* (Semarang: CV. Pustaka STIMART AMNI, 2023).

penelitian diupayakan berjalan sesuai jadwal dan tetap menyesuaikan dengan kondisi lapangan serta ketersediaan informan.

C. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

   Data primer adalah data yang didapatkan langsung dari sumber atau responden. Data primer bisa didapatkan lewat wawancara, observasi, diskusi terfokus.[42] Data primer harus didapatkan secara langsung oleh peneliti. Hal ini sejalan dengan Sari & zefri bahwa data primer adalah data infomasi yang didapatkan dari tangan pertama yang dikumpulkan secara langsung dari sumbernya.

   Dalam penelitian ini yang termasuk data primer adalah data yang diperoleh dengan wawancara secara langsung terhadap pihak terkait, yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan Pospay di kantor Pos cabang pariaman dan pegawai kantor Pos yang bertugas langsung dalam mengelola Pospay di kantor Pos cabang Pariaman yang berada di JL. Tugu Perjuangan 45, Kecamatan Pariaman Tengah, Kota Pariaman.

[42]Radiko Arviyanda, Enrico Fernandito, and Prabu Landung, "Analisis Pengaruh Perbedaan Bahasa Dalam Komunikasi Antar Mahasiswa," *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa* 1, no. 1 (2023): 5–6.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Artinya, data ini tidak dikumpulkan langsung oleh peneliti melainkan dari sumber yang telah ada sebelumnya, seperti dokumen, literatur, atau data yang dikumpulkan oleh pihak lain.[43] Contoh sumber data sekunder meliputi buku, jurnal akademis, artikel, laporan keuangan, dan data sensus yang dikumpulkan oleh pemerintah.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah individu yang menjadi subjek penelitian dan memiliki kemampuan untuk memberikan informasi tentang fenomena atau permasalahan yang diteliti (Sapitri). Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian merujuk pada individu yang berada di dalam konteks penelitian dan menjadi sumber informasi. Mereka juga dipandang sebagai orang yang dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi dalam latar penelitian.[44] Dalam penelitian ini terdiri dari pelanggan Pospay aktif yang menggunakannya di kantor Pos cabang pariaman serta pegawai kantor Pos yang mengelola atau memegang data pengguna Pospay yang di kantor Pos

[43]Undari Sulung and Mohammad Muspawi, "MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN: PRIMER,SEKUNDER. DAN TERSIER," *Jurnal Edu Research* 5, no. 3 (2014): 113, https://doi.org/10.1163/9789004263925_015.

[44] Mochamad Nashrullah et al., *Metodologi Penelitian Pendidikan, Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)* (JAWA TIMUR: UMSIDA PRESS, 2023), www.umsida.ac.id.

cabang Pariaman yang berada di JL. Tugu Perjuangan 45, Kecamatan Pariaman Tengah, Kota Pariaman.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang paling stategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

   Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap partisipan dan konteks yang terlibat dalam fenomena penelitian.[45] Observasi atau bisa disebut juga sebagai pengamatan, yaitu meliputi kegiatan pemantauan penelitian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Metode ini digunakan untuk menggali dan memahami bagaimana kualitas layanan Pospay dirasakan oleh pelanggan serta sejauh mana layanan tersebut berkontribusi dalam membentuk kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia kantor Pos cabang Pariaman, JL. Tugu Perjuangan 45, Kecamatan Pariaman Tengah, Kota Pariaman.

[45] Ardiansyah, Risnita, and M. Syahran Jailani, "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif," *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 4, https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57.

2. Wawancara

Denzin mendefinisikan wawancara sebagai percakapan tatap muka di mana satu pihak mencari informasi dari orang lain (Black &; Champion). Menurut Black and Champion, wawancara adalah komunikasi verbal untuk tujuan memperoleh informasi (dari salah satu pihak). Stewart dan Cash memberikan Definisi yang lebih rinci bahwa wawancara adalah proses komunikasi interaktif antara dua pihak, setidaknya satu di antaranya memiliki tujuan yang dapat diprediksi dan penting, dan biasanya melibatkan pertanyaan dan jawaban.[46]

Wawancara adalah sebuah proses diantara yang melibatkan minimal dua pihak baik sebagai pewawancara (*interviewer*) dan pihak yang diwawancarai (*interviewee*). Perbedaan antara wawancara dan percakapan biasa terletak pada tujuannya, di mana wawancara sudah ditetapkan tujuannya terlebih dahulu, ada opening (pembukaaan), closing (penutupan), ada topik, ada pertanyaan, dan yang paling terpenting adalah pengumpulan informasi, sedangkan pada percakapan biasa umumnya dilakukan secara kebetulan dan jarang diorganisir sebelumnya.[47]

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang berarti bahan pusaka, baik yang berbentuk tulisan maupun rekaman lainnya seperti

[46] Amitha Shofiani Devi et al., "Mewawancarai Kandidat: Strategi Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Efektivitas," *MASMAN : Master Manajemen* 2, no. 2 (2022): 68, https://doi.org/10.59603/masman.v2i2.387.

[47] Ika Wahyu Pratiwi et al., *Pengantar Psikodiagnostik Wawancara* (Jakarta Timur: Mitra Palupi, 2023).

dengan pita suara atau cassette, video, film, gambar dan foto (Suyono Trino). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dokumentasi adalah surat yang tertulis atau tercetak yang dapat dipakai sebagai bukti atau keterangan (seperti akta kelahiran, surat nikah, surat perjanjian, dan sebagainya). Dokumentasi dalam bahasa inggris berarti satu atau lebih lembar kertas resmi (official) dengan tulisan diatasnya. Secara umum dokumentasi dapat diartikan sebagai suatu catatan otentik atau semua surat asli yang dapat dibuktikan atau dijadikan bukti dalam persoalan hukum.[48]

F. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif lebih bersifat induktif, yaitu sebuah analisis dengan berdasarkan data yang didapatkan, kemudian diuraikan pola hubungannya atau menjadi hipotesis, selanjutnya dengan berpedoman pada hipotesis tersebut maka dicarikan data lagi secara berkelanjutan agar bisa memperoleh kesimpulan apakah hipotesis tersebut bisa diterima atau tidak.[49]

Pada proses analisis data kualitatif, data yang muncul berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka. Data dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman), yang biasanya diproses sebelum digunakan, tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-

[48] Nurul Hikmah Annisa, *Buku Ajar Dokumentasi Kebidanan, Buku Ajar Dafis Kebidanan* (Jawa Tengah: EUREKA MEDIA AKSARA, 2022).

[49] Qomaruddin and Halimah Sa'diyah, "Kajian Teoritis Tentang Teknik Analisis Data Dalam Penelitian Kualitatif," *Journal of Management, Accounting and Administration* 1, no. 2 (2024): 80–81.

kata yang biasanya disusun dalam teks yang diperluas. Analisis dalam pandangan ini meliputi tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (B. Milles dan Huberman, 2014).[50]

1. Reduksi Data

   Reduksi data adalah proses pemilihan atau seleksi, pemusatan perhatian atau pemfokusan serta penyerdahaan dari semua jenis informasi yang mendukung data penelitian yang diperoleh dan dicatat selama proses penelitian data di lapangan.[51] Pada dasarnya proses reduksi data merupakan Langkah analisis data kualitatif yang bertujuan untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, memperjelas, dan membuat suatu fokus dengan membuang hal-hal yang kurang penting.dan menyederhanakan hal-hal yang kurang pentig. Sehingga narasi sajian dapat dipahami dengan baik, dan mengarah pada simpulan yang dapat dipertanggung jawabkan.

2. Penyajian Data

   Penyajian data atau informasi merupakan fungsi penyusunan laporan penelitian, dilakukan sedemikian rupa sehingga memungkinkan untuk dianalisis dan dipahami sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Tugas menyajikan informasi ini adalah mengatur kumpulan data dengan cara yang sistematis dan mudah dipahami, sehingga dapat ditarik kesimpulan darinya. Informasi yang disajikan

[50] Sirajuddin Saleh, *ANALISIS DATA KUALITATIF, Analisis Data Kualitatif* (Makassar: Pustaka Ramadhan, 2017).

[51] Rony Zulfirman, "Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam," *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 3, no. 2 (2022): 150, https://doi.org/10.54371/jiip.v8i6.8295.

harus sederhana, jelas dan mudah dibaca. Juga, tujuan penyajian data adalah agar pengamat dapat dengan mudah memahami apa yang peneliti sajikan untuk analisis atau perbandingan lebih lanjut, dll (Gambaran).[52]

3. Penarikan Kesimpulan

Menurut Sugiyono "kesimpulan dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan". Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif.[53] Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan. Langkah ketiga dalam analisis data dalam penelitian kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan mengalami perubahan apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

[52] Ahlan Syaeful Millah et al., "Analisis Data Dalam Penelitian Tindakan Kelas," *Jurnal Kreativitas Mahasiswa* 1, no. 2 (2023): 147, https://doi.org/10.61132/jbpai.v2i3.310.

[53] Andy Salsabila Salim, Munzir, and Zikrur Rahmat, "Peran Guru Pendidikan Jasmani Terhadap Pembelajaran Kepramukaan Di SMAN 1 Baitussalam Aceh Besar," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 3, no. 1 (2022): 10–11.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kantor Pos Cabang Pariaman

1. Sejarah Kantor Pos Cabang Pariaman

Kantor Pos Cabang Pariaman merupakan salah satu unit pelayanan PT Pos Indonesia yang hadir untuk memberikan layanan pos dan logistik kepada masyarakat di wilayah Kota Pariaman dan sekitarnya. Pada awal berdirinya, Kantor Pos Cabang Pariaman hanya berfokus pada layanan surat-menyurat, pengiriman barang, dan layanan giro. Seiring perkembangan teknologi serta meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan yang cepat dan terintegrasi, Kantor Pos Pariaman mulai melakukan berbagai inovasi pelayanan.

Transformasi PT Pos Indonesia secara nasional juga memberikan dampak signifikan terhadap Kantor Pos Cabang Pariaman. Kantor pos ini tidak lagi hanya sekadar tempat pelayanan surat dan paket, tetapi berkembang menjadi pusat layanan keuangan, pembayaran tagihan, pengiriman logistik, dan layanan digital lain yang disediakan Pos Indonesia. Perubahan tersebut juga mendorong Kantor Pos Pariaman untuk mengadopsi teknologi digital agar dapat menyediakan layanan yang lebih modern, efektif, dan sesuai kebutuhan masyarakat saat ini. Dengan hadirnya layanan berbasis aplikasi seperti Pospay, Kantor Pos Cabang Pariaman menjadi salah satu unit yang terintegrasi dalam ekosistem digital

Pos Indonesia, baik sebagai pusat informasi, tempat aktivasi layanan, maupun menjadi bagian dari strategi perluasan pengguna aplikasi di wilayah Pariaman.

Pospay merupakan aplikasi layanan keuangan digital yang dikembangkan oleh PT Pos Indonesia sebagai jawaban atas transformasi digital yang sedang berlangsung dalam industri layanan keuangan dan pembayaran. Pada awal peluncurannya, Pospay dirancang sebagai aplikasi yang menyediakan layanan pembayaran tagihan, pembelian produk digital, top up dompet elektronik, serta berbagai transaksi yang sebelumnya dilakukan secara manual di kantor pos. Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang mudah, cepat, dan dapat diakses kapan saja, Pospay dikembangkan lebih jauh menjadi aplikasi layanan digital yang terintegrasi.

Pospay kini mendukung berbagai layanan seperti pembayaran listrik, PDAM, cicilan, pembelian pulsa, transfer dana, pengiriman paket, hingga layanan keuangan berbasis kantor pos. Sebagai bagian dari transformasi besar PT Pos Indonesia, Pospay tidak hanya hadir sebagai aplikasi pembayaran, tetapi menjadi “super-app” yang menghubungkan layanan pos tradisional dengan teknologi digital modern. Kehadiran Pospay menjadi bentuk adaptasi PT Pos Indonesia dalam menghadapi persaingan layanan digital dan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat, termasuk di wilayah kerja Kantor Pos Cabang Pariaman.

2. Sejarah Pospay

Pospay merupakan aplikasi layanan keuangan digital yang dikembangkan oleh PT Pos Indonesia ebagai bagian dari transformasi digital perusahaan dalam menghadapi perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan yang cepat, mudah, dan aman. Seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital dan layanan berbasis aplikasi, PT Pos Indonesia meluncurkan aplikasi Pospay sebagai platform pembayaran digital yang terintegrasi. Aplikasi ini dirancang untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi keuangan, seperti pembayaran tagihan listrik, air, BPJS, cicilan, pajak, pembelian pulsa, hingga layanan keuangan lainnya dalam satu aplikasi.

Kehadiran Pospay terutama di Kota Pariaman, penggunaan aplikasi Pospay mulai diperkenalkan oleh Kantor Pos Cabang Pariaman sebagai bagian dari program digitalisasi layanan PT Pos Indonesia. Pospay diperkenalkan kepada masyarakat sebagai alternatif layanan pembayaran non-tunai yang praktis, khususnya bagi pelanggan setia Kantor Pos. Penerapan Pospay di Kantor Pos Cabang Pariaman bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat, mempercepat proses transaksi, serta mengurangi antrean pada layanan konvensional. Melalui sosialisasi langsung oleh petugas Kantor Pos, masyarakat diperkenalkan cara registrasi, penggunaan fitur, serta manfaat aplikasi Pospay dalam menunjang aktivitas pembayaran sehari-hari.

Seiring waktu, penggunaan Pospay di Kota Pariaman terus mengalami perkembangan, baik dari sisi jumlah pengguna maupun variasi layanan yang dimanfaatkan. Namun demikian, dalam praktiknya masih ditemukan berbagai tantangan, seperti keterbatasan pemahaman pengguna, kendala teknis aplikasi, serta adaptasi masyarakat terhadap layanan digital. Kondisi inilah yang menjadikan Pospay di Kantor Pos Cabang Pariaman menarik untuk diteliti lebih lanjut, khususnya terkait strategi penggunaan aplikasi Pospay dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Visi dan Misi PT Pos Indonesia

a. Visi

"Menjadi penyedia layanan pos, logistik, dan keuangan yang terpercaya, modern, dan berdaya saing tinggi dalam mendukung kebutuhan masyarakat."

b. Misi

1) Menyediakan layanan pos, logistik, dan keuangan yang berkualitas, cepat, aman, dan mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat.
2) Mendukung transformasi digital layanan, termasuk pengembangan dan penggunaan aplikasi Pospay guna meningkatkan efisiensi dan kenyamanan pelanggan.
3) Meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang profesional, ramah, dan bertanggung jawab.

4) Memperluas inklusi keuangan masyarakat, khususnya melalui layanan pembayaran dan transaksi keuangan berbasis digital.
5) Menjalankan kegiatan usaha secara berkelanjutan dengan menjunjung tinggi nilai kejujuran, amanah, dan tanggung jawab sosial.

4. Letak Geografis

Kantor Pos Cabang Pariaman ini berada di Jl. Tugu Perjuangan 45 yang terletak di Kecamatan Pariaman Tengah, Kota Pariaman, Provinsi Sumatera Barat, Indonesia.

Berikut adalah beberapa detail tentang geografis daerah tersebut:

Provinsi	: Sumatera Barat
Kota/Kabupaten	: Pariaman
Kecamatan	: Pariaman Tengah
Alamat	: Jl. Tugu Perjuangan 45

B. Hasil Penelitian

Analisis strategi penggunaan pospay dilakukan untuk memahami sejauh mana penerapan layanan digital mampu memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan di Kantor Pos Cabang Pariaman. Dalam konteks pelayanan modern, aplikasi Pospay menjadi salah satu inovasi strategis PT Pos Indonesia untuk mempertahankan relevansi layanan di tengah persaingan industri keuangan digital yang semakin kompetitif.

Penggunaan aplikasi Pospay oleh pelanggan PT Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Pariaman tidak terjadi secara serentak, melainkan melalui proses pengenalan dan adaptasi yang berbeda-beda pada setiap pengguna. Ada pelanggan yang telah menggunakan Pospay sejak awal diperkenalkan, namun ada pula yang baru memanfaatkannya dalam beberapa waktu terakhir. Perbedaan waktu penggunaan ini menjadi gambaran awal dalam melihat bagaimana strategi penggunaan Pospay diterapkan serta sejauh mana pelanggan menerima layanan digital yang ditawarkan.

Pengalaman penggunaan yang berlangsung sejak awal diperkenalkannya aplikasi ini menunjukkan adanya keterlibatan langsung antara pelanggan dan pihak Kantor Pos dalam proses pengenalan layanan digital. Peran petugas Kantor Pos menjadi faktor penting yang mendorong pelanggan untuk mulai menggunakan Pospay, khususnya melalui arahan dan informasi yang diberikan saat pelanggan melakukan transaksi secara langsung di Kantor Pos, sesuai dengan hasil wawancara dengan seorang pelanggan yaitu Buk Rika, beliau menuturkan bahwa,

"*Saya mulai menggunakan aplikasi Pospay sejak tahun 2018 hingga sekarang. Awalnya saya menggunakan aplikasi ini dipicu oleh adanya informasi dan arahan dari petugas Kantor Pos saat melakukan transaksi secara langsung. oleh adanya informasi dan arahan dari petugas Kantor Pos saat melakukan transaksi secara langsung.*"

Namun, terdapat pula pelanggan yang baru mulai menggunakan aplikasi Pospay dalam beberapa bulan terakhir. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan Pospay di PT Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Pariaman masih terus berkembang dan melibatkan pelanggan dengan tingkat

pengalaman yang berbeda-beda. Proses pengenalan aplikasi kepada pelanggan baru umumnya dilakukan melalui interaksi langsung dengan petugas Kantor Pos saat pelanggan melakukan transaksi pembayaran yang disampaikan oleh pengguna lainnya yaitu Kak Dinda, beliau menyampikan bahwa,

"Saya baru menggunakan aplikasi Pospay sekitar 5 bulan terakhir sampai sekarang ini. Saya mulai menggunakan aplikasi ini setelah disarankan oleh petugas Kantor Pos saat melakukan pembayaran tagihan secara langsung."

Penggunaan aplikasi Pospay oleh pelanggan sejak beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi ini tidak hanya dipengaruhi oleh waktu awal penggunaan, tetapi juga oleh jenis layanan yang dimanfaatkan oleh pelanggan. Setiap pelanggan memiliki kebutuhan transaksi yang berbeda-beda, sehingga layanan yang paling sering digunakan melalui Pospay menjadi indikator penting dalam melihat sejauh mana aplikasi ini mampu memenuhi kebutuhan pelanggan.

Variasi layanan yang digunakan juga mencerminkan tingkat pemanfaatan fitur Pospay, di mana pelanggan yang telah terbiasa menggunakan aplikasi cenderung memanfaatkan layanan secara lebih beragam, sedangkan pelanggan yang masih dalam tahap awal penggunaan umumnya hanya menggunakan layanan tertentu yang dianggap paling mendesak atau mudah dipahami. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemanfaatan layanan Pospay berkembang seiring dengan pengalaman dan pemahaman pelanggan terhadap aplikasi tersebut, sesuai yang disampaikan oleh pelanggan Pospay yaitu Bang Rozy, beliau mengatakan bahwa,

"Saya menggunakan aplikasi Pospay ini untuk melakukan transaksi pembayaran angsuran mobil dan pembayaran tagihan PDAM maupun

tagihan listrik. Aplikasi ini sering saya gunakan untuk pembayaran lainnya karena mempermudah saya dalam melakukan transaksi tanpa harus ke Kantor Pos secara langsung."

Pemanfaatan layanan yang beragam ini menunjukkan bahwa Pospay digunakan sebagai sarana transaksi rutin yang memberikan kemudahan bagi pelanggan serta penggunaan Pospay ini lebih praktis dalam melakukan transaksi tanpa harus datang langsung ke Kantor Pos, sehingga dapat menghemat waktu dan tenaga.

Kemudahan dalam melakukan transaksi melalui aplikasi Pospay menjadi salah satu alasan utama pelanggan memilih menggunakan layanan digital ini dibandingkan layanan secara langsung. Namun, tingkat kemudahan yang dirasakan oleh setiap pelanggan dapat berbeda, bergantung pada pemahaman dan pengalaman mereka dalam menggunakan aplikasi, berdasarkan pengalaman pengguna Pospay yaitu Buk Feby, beliau mengatakan bahwa,

"*Menurut saya pribadi dalam penggunaan aplikasi Pospay cukup mudah dipahami karena tampilan menu yang disediakan sudah cukup jelas dan sederhana. Selain itu, petunjuk penggunaan yang ada di dalam aplikasi membantu pengguna dalam memahami langkah-langkah transaksi. Meskipun demikian, pada awal saya menggunakan aplikasi masih diperlukan penyesuaian, terutama bagi pengguna yang belum terbiasa menggunakan aplikasi digital."*

Penggunaan aplikasi Pospay oleh pelanggan pada umumnya dipandang cukup mudah dan praktis. Tampilan menu yang disajikan secara sederhana serta adanya petunjuk penggunaan di dalam aplikasi membantu pelanggan dalam memahami tahapan transaksi yang harus dilakukan. Namun, selain kemudahan tampilan, kecepatan dan kepraktisan transaksi menjadi

keunggulan utama dalam penggunaan aplikasi Pospay. Proses transaksi yang tidak memerlukan banyak tahapan dirasakan memudahkan pelanggan dalam menyelesaikan pembayaran. Pada aplikasi ini adanya keterbatasan dalam pencairan saldo, di mana pengambilan dana hanya dapat dilakukan melalui Kantor Cabang Pos atau agen Pospay. Kondisi ini sesuai dengan hasil wawancara bersama Pak Rizki, beliau menyampaikan bahwa,

"Menurut Pengalaman saya dalam melakukan transaksi menggunakan aplikasi Pospay cukup cepat dan praktis. Proses transaksi tidak memerlukan banyak tahapan sehingga memudahkan saya dalam menyelesaikan pembayaran. Namun, pada saat saya terdesak untuk mengambil uang yang ada di aplikasi pengambilan *hanya bisa dilakukan di Kantor Cabang Pos (KCP) dan di agen Pospay."*

Dalam penggunaan aplikasi Pospay, pelanggan tidak hanya merasakan kemudahan dan kepraktisan dalam bertransaksi, tetapi juga menghadapi beberapa kendala dalam penggunaannya. Kendala tersebut muncul seiring dengan perbedaan tingkat pemahaman pelanggan terhadap aplikasi serta keterbatasan tertentu yang dirasakan dalam proses transaksi, berdasarkan wawancara dengan seorang pengguna aplikasi Pospay yaitu Pak Hen, beliau mengatakan bahwannya,

"Kendala yang saya alami saat menggunakan aplikasi yaitu pada proses ingin login aplikasi, seperti lupa kata sandi bahkan aplikasi ini juga membutuhkan waktu cukup lama untuk masuk kehalaman utama aplikasi. Namun, kendala tersebut masih bisa dapat diatasi dengan bantuan petugas Kantor pos."

Pada penggunaan aplikasi Pospay ini dapat diketahui bahwa kendala utama yang dirasakan oleh pelanggan berkaitan dengan keterbatasan akses pencairan saldo. Meskipun aplikasi Pospay dinilai cepat dan praktis dalam proses transaksi, keterbatasan tempat pencairan saldo menyebabkan pelanggan

merasa kurang fleksibel dalam kondisi tertentu dan kendala ini tidak hanya berasal dari aspek teknis aplikasi, tetapi juga dari keterbatasan akses layanan pendukung yang tersedia.

Selain kendala yang berkaitan dengan pencairan saldo, terdapat aspek lain yang turut memengaruhi pengalaman pelanggan dalam menggunakan aplikasi Pospay, yaitu kejelasan informasi yang tersedia di dalam aplikasi. Penyampaian informasi yang mudah dipahami berperan penting dalam membantu pelanggan mengenali fitur serta prosedur penggunaan layanan. Dengan informasi yang jelas, pelanggan dapat memanfaatkan aplikasi secara lebih optimal meskipun terdapat keterbatasan pada layanan tertentu, berdasarkan wawancara dengan pengguna Pospay yaitu Buk Mimi, beliau mengatakan bahwasannya,

"Pengalaman saya sendiri dalam menggunakan aplikasi, informasi yang tersedia pada umumnya sudah jelas, meskipun pada beberapa bagian masih memerlukan penjelasan tambahan, khususnya bagi pengguna yang baru pertama kali menggunakan aplikasi tersebut. Namun, secara keseluruhan informasi yang tersedia cukup membantu."

Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kejelasan informasi memiliki peran penting dalam membentuk kenyamanan dan kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi Pospay. Informasi yang mudah dipahami akan mempermudah pelanggan dalam memanfaatkan fitur aplikasi secara optimal, sedangkan informasi yang kurang jelas berpotensi menimbulkan kebingungan pada tahap awal penggunaan. Dengan demikian, kejelasan informasi menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan kualitas layanan digital Pospay bagi pelanggan.

Pemahaman pelanggan terhadap informasi yang disajikan dalam aplikasi Pospay dapat mempengaruhi cara mereka menilai kenyamanan dan manfaat layanan tersebut. Ketika informasi dapat dipahami dengan baik, maka pelanggan cenderung lebih percaya diri dalam menggunakan aplikasi untuk memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari. Kondisi ini kemudian membentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat kepuasan mereka dalam menggunakan Pospay, terutama jika dibandingkan dengan pengalaman menggunakan layanan manual di Kantor Pos cabang Pariaman yang mengharuskan pelanggan datang langsung dan mengikuti alur pelayanan, sesuai yang disampaikan oleh pelanggan Kantor Pos Cabang Pariaman yaitu Bang Dika, mengatakan bahwa,

"Menurut saya dalam menggunakan aplikasi Pospay dapat memberikan kepuasan tersendiri karena memudahkan proses transaksi, Dibandingkan layanan manual. Pospay lebih efisien dan dapat digunakan kapan saja. Namun, menurut saya bagi pengguna yang belum terbiasa dengan aplikasi digital, layanan manual masih dianggap lebih mudah."

Dapat diketahui bahwa penggunaan aplikasi Pospay memberikan tingkat kepuasan yang cukup baik bagi pelanggan, terutama dari segi kepraktisan dan efisiensi waktu. Meskipun demikian, layanan manual masih digunakan dalam kondisi tertentu, khususnya ketika pelanggan menghadapi kendala dalam penggunaan aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Pospay dinilai lebih unggul dalam hal kemudahan dan kenyamanan, namun layanan manual tetap memiliki peran sebagai alternatif bagi pelanggan dalam memenuhi kebutuhan transaksi mereka.

Meskipun penggunaan aplikasi Pospay dinilai memberikan tingkat kepuasan yang baik dibandingkan layanan manual di Kantor Pos, pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan digital tersebut masih dapat ditingkatkan. Kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan dan kepraktisan, tetapi juga oleh harapan pelanggan terhadap layanan yang diterima.

Namun, Masukan dan harapan dari pelanggan merupakan bagian penting dalam menilai keberlanjutan dan pengembangan suatu layanan digital. Saran yang disampaikan pelanggan dapat memberikan gambaran mengenai aspek-aspek yang masih perlu diperbaiki maupun dikembangkan agar layanan yang diberikan semakin sesuai dengan kebutuhan pengguna, berdasarkan wawancara dengan salah satu pelanggan pengguna Pospay yaitu Kak Elda, beliau menyampaikan bahwa,

"*Selama saya menggunakan aplikasi ini terdapat kelebihan maupun kekurangan pada aplikasi Pospay ini. kelebihan aplikasi Pospay adalah kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan transaksi tanpa harus datang langsung ke kantor pos. Proses transaksi juga relatif cepat dan membantu menghemat waktu. Sedangkan kekurangannya, terkadang aplikasi mengalami gangguan teknis atau proses transaksi menjadi lambat, sehingga pengguna harus menunggu atau memilih menggunakan layanan manual*."

Pandangan pelanggan mengenai pengembangan aplikasi Pospay menunjukkan bahwa layanan digital ini masih memiliki ruang untuk ditingkatkan. Harapan pelanggan tidak hanya berfokus pada keberadaan fitur, tetapi juga pada kualitas sistem yang mendukung kelancaran transaksi. Hal ini menandakan bahwa kepuasan pelanggan terhadap layanan digital bersifat

dinamis dan dapat berubah seiring dengan pengalaman penggunaan yang mereka rasakan.

Selain itu, keberlanjutan penggunaan aplikasi Pospay sangat dipengaruhi oleh kemampuan sistem dalam memberikan kenyamanan dan kemudahan secara konsisten. Ketika aplikasi mampu berjalan dengan stabil dan responsif, pelanggan cenderung merasa lebih percaya dan nyaman dalam menggunakannya sebagai sarana transaksi utama. Sebaliknya, kendala teknis yang berulang dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.

Oleh karena itu, masukan pelanggan mengenai perbaikan dan pengembangan aplikasi Pospay menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Untuk mengetahui hal tersebut lebih lanjut, maka dapat ditinjau mengenai saran agar penggunaan aplikasi Pospay ke depan dapat memberikan tingkat kepuasan yang lebih baik, sesuai dengan yang dituturkan oleh pengguna Pospay yaitu Kak Yuyun, mengatakan bahwa,

"Menurut pengalaman saya yang telah menggunakan aplikasi ini, agar *penggunaan Pospay ke depan dapat memberikan kepuasan yang lebih baik, perlu adanya peningkatan pada stabilitas sistem dan kecepatan transaksi. Selain itu, tampilan aplikasi sebaiknya dibuat lebih sederhana agar mudah dipahami oleh semua kalangan pengguna."*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya menilai kepuasan dari segi kemudahan penggunaan, tetapi juga dari aspek teknis aplikasi yang mendukung kelancaran transaksi. Stabilitas sistem dan kesederhanaan tampilan menjadi perhatian penting agar aplikasi Pospay dapat

digunakan secara optimal oleh berbagai pengguna Pospay, sesuai dengan saran pelanggan Pospay lainnya yaitu Bang Weri, beliau mengatakan bahwa,

"Menurut saran saya, pihak Kantor Pos dapat lebih aktif dalam memberikan sosialisasi dan pendampingan kepada pengguna, khususnya bagi pengguna baru. Dengan adanya penjelasan yang lebih jelas mengenai fitur-fitur Pospay, pengguna akan merasa lebih nyaman dan puas dalam menggunakan aplikasi tersebut."

Secara keseluruhan, masukan yang disampaikan oleh para pelanggan mencerminkan harapan agar aplikasi Pospay dapat terus disempurnakan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pengembangan yang berfokus pada peningkatan kualitas sistem dan kemudahan penggunaan diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperkuat posisi Pospay sebagai layanan digital PT Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Pariaman.

Strategi penggunaan Pospay merupakan aspek penting dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam konteks layanan digital, keberhasilan suatu aplikasi tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan fitur yang ditawarkan, tetapi juga oleh kemampuan pihak penyedia layanan dalam menjelaskan, mengarahkan serta merespons kebutuhan, keluhan, dan harapan pengguna secara tepat dan berkelanjutan.

Strategi penggunaan yang diterapkan di Kantor Pos Pariaman, didukung oleh pengalaman pegawai dalam menghadapi berbagai karakteristik pengguna, menjadi faktor penentu dalam menciptakan kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap penggunaan aplikasi Pospay. Sesuai yang diungkapkan oleh pegawai Pos Pariaman yaitu Bang Noval, beliau menuturkan bahwa,

"*Strategi Kantor Pos Pariaman dalam mendorong pelanggan menggunakan aplikasi Pospay dilakukan dengan merekomendasikan langsung kepada pelanggan yang sedang melalukan transaksi seperti pembayaran listrik. Petugas menjelaskan manfaat dan kemudahan Pospay untuk digunakan tanpa harus ke kantor pos terdekat dengan menggunakan layanan manual di loket, sehingga pelanggan merasa lebih prakris dan nyaman menggunakan aplikasi Pospay*."

Strategi tersebut tidak hanya berfokus pada penyediaan layanan digital, tetapi juga pada cara penyampaian informasi dan pendekatan kepada pelanggan secara langsung. Pegawai memberikan penjelasan terkait cara penggunaan aplikasi, membantu proses instalasi, serta mendampingi pelanggan pada penggunaan awal agar pelanggan merasa lebih percaya diri. Upaya ini dilakukan untuk membangun kebiasaan pelanggan dalam memanfaatkan layanan digital Pospay sebagai alternatif transaksi yang lebih praktis dan efisien dibandingkan layanan manual di loket. Hal ini diungkapkan oleh pegawai Pos yaitu Bang Noval, beliau mengungkapkan,

"Upaya yang kami lakukan biasanya mengenalkan Pospay langsung kepada pelanggan saat bertransaksi di loket. Kami menjelaskan manfaat dan kemudahan penggunaannya, lalu membantu pelanggan mulai dari pendaftaran sampai mencoba transaksi. Dengan cara ini, pelanggan jadi lebih paham, merasa terbantu, dan akhirnya lebih nyaman menggunakan Pospay."

Pendekatan yang dilakukan oleh petugas Kantor Pos Cabang Pariaman melalui pendampingan langsung kepada pelanggan menunjukkan adanya upaya aktif dalam mengenalkan dan mendorong penggunaan aplikasi Pospay. Dengan adanya interaksi langsung tersebut, pelanggan diharapkan dapat merasa lebih terbantu dan nyaman dalam menggunakan aplikasi Pospay.

Meskipun strategi pendampingan langsung yang dilakukan oleh petugas Kantor Pos Cabang Pariaman dinilai mampu membantu pelanggan

dalam memahami penggunaan aplikasi Pospay, dalam praktiknya pelanggan tetap dapat mengalami berbagai kendala. Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Bang Noval, bahwasannya,

"Kendala yang sering terjadi adalah adanya data yang suspek atau data-data yang pending, seperti pembelian pulsa yang belum masuk, pembayaran tagihan yang belum dibayar, sementara saldonya sudah dipotong. Permasalahan ini biasanya terjadi karena pelanggan memaksakan transaksi ketika jaringan sedang tidak stabil atau memasuki cut-off time nya."

Berdasarkan kondisi tersebut, bahwa kendala penggunaan aplikasi Pospay tidak hanya disebabkan oleh faktor sistem internal, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi jaringan dan waktu transaksi yang dilakukan oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan perlunya pemahaman pelanggan mengenai waktu dan kondisi yang tepat dalam melakukan transaksi agar penggunaan aplikasi Pospay dapat berjalan dengan lebih optimal.

Peran petugas dalam memberikan solusi dan penanganan terhadap keluhan pelanggan menjadi bagian penting dalam mendukung keberhasilan penggunaan aplikasi Pospay. Sehubungan dengan hal tersebut pegawai Pos yaitu Bang Noval, mengatakan bahwa,

"Kami akan menyediakan tempat pusat pengaduan nantinya, keluhan pelanggan kami terima dan akan kami eskalasi ke pusat pengaduan tergantung keluhan apa yang di alami pelanggan, seperti pulsa yang tidak masuk, akan kami buatkan tiket pengaduannya ke Kantor Pusat dan biasanya itu H+1-H+7 untuk refund atau pengembalian uangnya kalau memang pembayaran tidak suskses atau pulsa yang tidak masuk."

Pada hal ini adanya prosedur pengaduan dan pengembalian dana menunjukkan komitmen Kantor Pos Cabang Pariaman dalam memberikan perlindungan dan kepastian layanan kepada pelanggan. Meskipun proses

penyelesaian membutuhkan waktu tertentu, mekanisme ini diharapkan mampu menjaga kepercayaan pelanggan serta meningkatkan kenyamanan mereka dalam menggunakan aplikasi Pospay. Dengan penanganan keluhan yang jelas, penggunaan aplikasi Pospay dapat terus didukung sebagai layanan digital yang andal bagi pelanggan.

Ketika pelanggan merasa keluhan mereka ditangani dengan baik dan memperoleh kepastian penyelesaian, tingkat kepercayaan terhadap layanan digital cenderung meningkat. Kondisi ini berpengaruh pada bagaimana pelanggan menilai pengalaman mereka secara keseluruhan dalam menggunakan aplikasi Pospay. Oleh karena itu, penggunaan aplikasi Pospay mampu memberikan dampak terhadap kepuasan pelanggan, hal ini juga disampaikan oleh pegawai Pos yaitu Bang Noval bahwasannya,

"Penggunaan Pospay sudah cukup membantu meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama dari segi kemudahan dan kecepatan transaksi. Pelanggan tidak perlu antri lama di loket dan bisa melakukan pembayaran dengan lebih praktis. Namun, tingkat kepuasan tersebut masih bergantung pada pemahaman pelanggan dalam menggunakan aplikasi serta kelancaran jaringan saat transaksi berlangsung."

Meskipun penggunaan Pospay telah membantu meningkatkan kepuasan pelanggan, namun di Kantor Pos Pariaman menunjukkan bahwa penerapannya masih belum sepenuhnya optimal. Maka dari itu perlunya evaluasi terhadap strategi yang telah diterapkan agar penggunaan Pospaydapat berjalan lebih efektif dan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan yang lebih baik. Sesuai dengan yang diungkapkan oleh pegawai Pos yaitu Bang Noval, beliau mengatakan,

"Perlunya ditingkatkan waktu perpanjangan Cut Off Timenya, meminimalisir saldo tertahan yang awalnya Rp. 10.000 mungkin bisa jadi 0 untuk sebagai bahan promosi dan mengimbangi e-wallet-e-wallet lainnya."

Adanya peningkatan fleksibilitas waktu cut off serta penyesuaian kebijakan saldo tertahan menjadi hal yang perlu dipertimbangkan dalam pengembangan aplikasi Pospay. Usulan tersebut mencerminkan harapan agar layanan Pospay dapat bersaing dengan layanan dompet digital lainnya serta memberikan kemudahan yang lebih besar bagi pelanggan. Dengan adanya penyesuaian tersebut, penggunaan aplikasi Pospay diharapkan mampu meningkatkan daya tarik layanan sekaligus kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

C. Hasil Pembahasan

Penerapan strategi penggunaan aplikasi Pospay di PT Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Pariaman menunjukkan adanya upaya berkelanjutan dalam menyesuaikan layanan dengan perkembangan kebutuhan masyarakat terhadap transaksi digital. Strategi tersebut diwujudkan melalui sosialisasi penggunaan aplikasi, pendampingan langsung oleh pegawai, serta kemudahan akses layanan pembayaran digital yang ditawarkan kepada pelanggan. Keberadaan Pospay membantu pelanggan dalam melakukan transaksi secara lebih praktis, cepat, dan efisien dibandingkan dengan langsung bertransaksi ke Kantor Pos secara langsung.

Hal ini menunjukkan bahwa strategi penggunaan Pospay telah meningkatkan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) bagi pelanggan,

karena aplikasi ini dinilai mampu memberikan kemudahan dan efisiensi dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Sesuai dengan teori yang digunakan yaitu Technology Acceptance Model (TAM), strategi tersebut berperan dalam meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

Penerapan strategi penggunaan Pospay belum sepenuhnya berjalan optimal. Masih ditemukan sejumlah kendala teknis, seperti transaksi pending, saldo tertahan, serta keterbatasan fleksibilitas pencairan saldo. Selain itu, rendahnya pemahaman sebagian pelanggan terhadap mekanisme dan fitur Pospay turut memengaruhi kepuasan yang dirasakan. Kendala tersebut menunjukkan bahwa strategi penggunaan aplikasi tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada kesiapan sistem dan kemampuan pengguna dalam mengoperasikan aplikasi secara mandiri.

Hal ini juga tercermin dalam penelitian oleh Umi Kalsum, Keren Klevia Thomas, Yesaya Tommy Paulus dan Samsu Alam yang menyatakan bahwa penggunaan aplikasi Pospay dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan kegunaan. Ketika aplikasi dinilai bermanfaat namun masih sulit digunakan oleh sebagian pengguna, maka tingkat kepuasan tidak dapat tercapai secara maksimal. Dalam penelitian ini, Pospay telah memberikan manfaat dari segi kecepatan transaksi, tetapi masih memerlukan peningkatan dari sisi kemudahan dan fleksibilitas penggunaan.

Selain memberikan kemudahan, penggunaan aplikasi Pospay juga dihadapkan pada berbagai kendala teknis yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Kondisi ini menimbulkan ketidaknyamanan dan menurunkan

kepercayaan pelanggan terhadap layanan digital yang ditawarkan. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa stabilitas sistem memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan strategi penggunaan aplikasi. Apabila sistem tidak berjalan secara optimal, maka manfaat yang diharapkan dari penggunaan Pospay tidak dapat dirasakan sepenuhnya oleh pelanggan. Situasi ini juga menyebabkan sebagian pelanggan kembali memilih layanan secara langsung karena dianggap lebih aman dan pasti.

Berdasarkan teori kepuasan pelanggan menurut Tjiptono, kepuasan pelanggan tercapai apabila kinerja layanan sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Temuan penelitian menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan terhadap layanan digital yang fleksibel dengan kinerja aktual aplikasi Pospay. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan masih diperlukan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang optimal.

Kebijakan layanan seperti cut off time dan saldo minimum juga menjadi perhatian dalam pembahasan ini. Pelanggan menilai kebijakan tersebut kurang fleksibel dibandingkan dengan layanan dompet digital lainnya. Hal ini berdampak pada persepsi pelanggan terhadap daya saing Pospay di tengah perkembangan layanan keuangan digital yang semakin kompetitif. Apabila kebijakan layanan tidak disesuaikan dengan kebutuhan pengguna, maka potensi peningkatan kepuasan pelanggan akan sulit tercapai secara optimal.

Selain faktor sistem dan kebijakan, peran pegawai Kantor Pos Cabang Pariaman memiliki kontribusi penting dalam mendukung strategi penggunaan

Pospay. Pendampingan langsung yang diberikan kepada pelanggan membantu mengurangi kebingungan dan meningkatkan rasa percaya diri pelanggan dalam menggunakan aplikasi. Pelayanan yang ramah dan responsif membuat pelanggan merasa terbantu, meskipun masih terdapat keterbatasan dari sisi sistem aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pegawai tetap menjadi faktor penentu kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan digital.

Penelitian Hasilah Murodatul Fitria, Abu Yazid Kuthny, Yenny Kartka menyatakan, bahwa kualitas sistem dan layanan dalam penggunaan aplikasi Pospay berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sistem yang sering mengalami gangguan akan menurunkan kualitas pengalaman pengguna, meskipun secara konsep aplikasi tersebut memberikan banyak kemudahan. Oleh karena itu, strategi penggunaan Pospay perlu dijalankan secara seimbang antara penguatan sistem aplikasi dan peningkatan kualitas pelayanan pegawai.

Secara keseluruhan, strategi penggunaan Pospay di PT Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Pariaman telah memberikan kontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, khususnya dari aspek kemudahan dan efisiensi transaksi. Namun, berbagai kendala teknis, kebijakan layanan yang belum fleksibel, serta perbedaan tingkat pemahaman pelanggan menunjukkan bahwa strategi tersebut masih perlu dievaluasi dan disempurnakan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Adella Frascillia Samma dan Kheyene Molekandella Boer yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dapat meningkatkan kualitas pelayanan apabila didukung oleh

sumber daya manusia yang memadai. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh keberadaan teknologi, tetapi juga oleh kualitas sistem, kebijakan layanan, serta peran pegawai dalam memberikan pendampingan. Oleh karena itu, strategi penggunaan Pospay perlu dijalankan secara menyeluruh dan berkelanjutan agar mampu memberikan pengalaman layanan yang optimal bagi seluruh pelanggan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi penggunaan aplikasi Pospay di PT Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Pariaman dalam meningkatkan kepuasan pelanggan belum sepenuhnya optimal dan masih terdapat beberapa kendala yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Kondisi ini menyebabkan PT Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Pariaman harus dapat melakukan penyempurnaan dan peningkatan strategi terhadap penggunaan Pospay agar mampu memenuhi harapan pelanggan secara maksimal dan bersaing dengan layanan dompet digital lainnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, maka penulis memberikan beberapa saran yaitu:

1. Bagi PT Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Pariaman untuk dapat meningkatkan strategi penggunaan Pospay karena masih terdapat kendala seperti keterbatasan akses pencairan saldo, gangguan teknis aplikasi, serta perbedaan tingkat pemahaman pelanggan terhadap teknologi digital dan untuk pengembangan sistem mapun peningkatan layanan perlu harus terus dilakukan agar kepuasan pelanggan dapat tercapai secara optimal.

2. Bagi peneliti selanjutanya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel lain seperti loyalitas pelanggan, minat penggunaan ulang, atau kualitas pelayanan digital, serta menggunakan metode penelitian yang berbeda agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan mendalam terkait penggunaan aplikasi Pospay.

DAFTAR PUSTAKA

A. K. Agung, Roynaldus, Antonius Philipus Kurniawan, and Paulus Juru. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere." *Jurnal Penelitian Mahasiswa* 3, no. 1 (2023): 18–19. https://doi.org/10.59603/projemen.v9i2.42.

Adhari, Lendy Zelviean. *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media, 2021.

Andika, Surya, and Pupung Purnamasari. "Pengaruh Variasi Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 8, no. 2 (2024): 1541. https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4189.

Anjeli, Devia, Kurnaemi Anita, and Hijrayanti Sari. "AL-QIBLAH :" *Jurnal Studi Islam Dan Bahasa Arab* 3, no. 4 (2024): 762. https://doi.org/10.36701/qiblah.v3i4.1652.

Annisa, Nurul Hikmah. *Buku Ajar Dokumentasi Kebidanan*. *Buku Ajar Dafis Kebidanan*. Jawa Tengah: EUREKA MEDIA AKSARA, 2022.

Ardiansyah, Risnita, and M. Syahran Jailani. "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif." *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 4. https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57.

Aritonga, Muhammad Danil, Muhammad Ja'far, Fadhil Muhammad, Wisnu Hadi, and Yenni Samri Juliati Nasution. "PT. Media Akademik Publisher DI WARKOP RENCONG RUPI MMTC Muhammad Ja'far 2 Fadhil Muhammad 3." *(Jma)* 3, no. 1 (2025): 3.

Arviyanda, Radiko, Enrico Fernandito, and Prabu Landung. "Analisis Pengaruh Perbedaan Bahasa Dalam Komunikasi Antar Mahasiswa." *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa* 1, no. 1 (2023): 5–6.

Daga, Rosnaini. *Citra Perusahaan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. Sulawesi Selatan: GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE, 2017.

Darmawati. "Analisis Manajemen Pembelajaran Pendidikan Pancasila Dalam." *Journal of Innovation Research and Knowledge* 2, no. 10 (2023): 3939.

Devi, Amitha Shofiani, Khusnul Hotimah, Ramadhan Sakha A, Achmad Karimullah, and M. Isa Anshori. "Mewawancarai Kandidat: Strategi Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Efektivitas." *MASMAN : Master Manajemen* 2, no. 2 (2022): 68. https://doi.org/10.59603/masman.v2i2.387.

Dewi, Mutia Sari, and Nuri Aslami. "Analisis Strategi Marketing Terhadap Minat Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Keuangan Pospay Pada Pt Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera." *Jurnal Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan* 2, no. 4 (2022): 83–85. https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i4.148.

Firdaus, Adhy, Siti Pratiwi Husain, and Djoko Soelistya. *Etika Bisnis Syariah*. Kota Solok, Sumatera Barat: PT. Mafy Media Literasi Indonesia, 2024.

Fitria, Hasilah Murodatul, Abu Yazid Kuthny, and Yenny Kartka. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PENGGUNAAN APLIKASI POSPAY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN Studi Kasus PT . POS INDONESIA (Persero) Kantor Pos Cabang Probolinggo." *Jurnal Adi Islamic Economic* 5, no. 1 (2024).

Hermanto. *Faktor Pelayanan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya, 2019.

Indrasari, Meithiana. *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN*. Surabaya: UNITOMO PRESS, 2019.

Iqbal, Muhammad. "Analisis Strategi Pelayanan Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan Pada Pt. Jaya Masawan Palembang Square." *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)* 4, no. 1 (2021): 301–2. https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v4i1.1395.

Jafar, Ahmad Ridha. "Peran Fintech Syariah Dalam Inklusi Keuangan Digital: Analisis Maqashid-Al-Shariah Ahmad." *Jurnal Studi Hukum Islam* 14, no. 3 (2025): 343–45.

Jalal, A M Fadli Dzil, Imron Rosyadi, and Syamsul Hidayat. "Tinjauan Sistematis Tentang Integrasi Keuangan Digital Dalam Pasar Keuangan Syariah : Risiko Dan Tantangan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 11, no. 05 (2025): 261–63.

Kalsum, Umi, Keren Klevia Thomas, Yesaya Tommy Paulus, and Samsu Alam. "Analisis Minat Penggunaan Fasilitas Aplikasi Pospay Menggunakan Metode TAM (Studi Kasus Kantor Pos Pusat Makassar)." *Jurnal Dipanegara Komputer Sistem Informasi* 17, no. 1 (2023): 28–31.

Karomi, Shelma, and Edy Purwanto. "PENGARUH THEORY TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPONTAN PADA." *Jurnal MISSY (Management and Business Strategy)* 5, no. 1 (2024): 24.

Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Jakarta: Badab Pengembangan dan Pembinan Bahasa, 2016.

Kristiyanti, Mariana. *METODE PENELITIAN*. Semarang: CV. Pustaka

STIMART AMNI, 2023.

Kusumastuti, Adhi, and Ahmad Mustamil Khoiron. *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Semarang, 2019. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).

Mahartati, Siti Zahroh Indah, Ni Ketut Sriwinarti, and Defel Septian. "Analisa Tingkat Kinerja Pt . Pos Indonesia Diukur Menggunakan Metode Balance Scorecard Dengan Six Sigma." *Jurnal Riset Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan* 4, no. 2 (2023). https://doi.org/10.30812/rekan.v4i2.3279.

Mandagil, Lorentza, Marlien T Lapian, and Trintje Lambey. "Strategi Pemerintah Kecamatan Dalam Menghadapi Era New Normal Di Kecamatan Tomohon Utara Kelurahan Kakaskasen 1." *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi* 2, no. 3 (2022): hlm. 3.

Millah, Ahlan Syaeful, Apriyani, Dede Arobiah, Elsa Selvia Febriani, and Eris Ramdhani. "Analisis Data Dalam Penelitian Tindakan Kelas." *Jurnal Kreativitas Mahasiswa* 1, no. 2 (2023): 147. https://doi.org/10.61132/jbpai.v2i3.310.

Naamy, Nazar. *Metodologi Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar & Aplikasinya*. *Rake Sarasin*. Mataram: Pusat Penelitian dan Publikasi Ilmiah, 2019.

Nashrullah, Mochamad, Okvi Maharani, Abdul Rohman, Eni Faritayul Fahyuni, Nurdyansyah, and Rahmania Sri Untari. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)*. JAWA TIMUR: UMSIDA PRESS, 2023. www.umsida.ac.id.

Nasrulah, Rulli. *Teori Dan Riset Media Siber*. JAKARTA: Kencana Media Group, 2014.

Nur, Ahmad, Dwi Prasetyo, and Rizki Ramadhani. *Digitalisasi Dan Perubahan Strategi Organisasi Di Era Industri*. Yogyakarta: Deepublish, 2022.

Pratiwi, Ika Wahyu, Hapsarni Nelma, Evi Syafrida Nasution, Tri Nathalia Palupi, and Hayati. *Pengantar Psikodiagnostik Wawancara*. Jakarta Timur: Mitra Palupi, 2023.

Putra, Dika Anggara, Arina Novitasari, and Avira Budianita. "Peranan Hukum Di Era Digitalisasi Industri Keuangan." *Jurnak Keadilan Hukum* 5, no. 2 (2024): 17–22.

Putra, Rifqi Dwi, Nana Mulyana, and Dewie Brima Atika. "Platform Digital Berbasis Giropos: Inovasi Pelayanan Publik Di Masa Covid-19 (Studi Di PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung)." *Administrativa: Jurnal Birokrasi, Kebijakan Dan Pelayanan Publik* 3, no. 3 (2021): 1.

https://doi.org/10.23960/administrativa.v3i3.105.

Putri, Tiara Adelia, Anggun Okta Fitri, and Moh Bahrudin. "Strategi Digitalisasi Terhadap Bank Syariah Untuk Meningkatkan Daya Saing." *Jurnal Bersama Ilmu Ekonomi* 1, no. 2 (2025): 146–51. https://doi.org/10.55123/ekonom.v1i2.191.

Qomaruddin, and Halimah Sa'diyah. "Kajian Teoritis Tentang Teknik Analisis Data Dalam Penelitian Kualitatif." *Journal of Management, Accounting and Administration* 1, no. 2 (2024): 80–81.

Rahmat, Salsabila Rahiq, and Moch Armien Syifaa Sutarjo. "Strategi Branding PT Pos Indonesia (Persero) Pada Media Sosial Instagram @posindonesia.Ig." *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (2022): 71. https://doi.org/10.35326/medialog.v5i2.2429.

Rahmawati, Ferani Angelina. "Tantangan Dan Peluang Digitalisasi Dalam Lembaga Keuangan Syariah." *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 1 (2025): 141.

Reviandani, Oktarizka, Susi Hardjati, and Bagus Nuari Harmawan. *Governance Di Era Digital*. Surabaya: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup, 2023.

Romadhoni, Ananda Putri, and Moh. Agung Surianto. "Analisis Penerapan Strategi Attention, Interest, Desire Dan Action Pada Aplikasi Layanan Pospay." *Jurnal Ekobistek* 11, no. 4 (2022): 316. https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.426.

Sahir, Syafrida Hafni. *METODOLOGI PENELITIAN*. Yogyakarta: PENERBIT KBM INDONESIA, 2022.

Saleh, Sirajuddin. *ANALISIS DATA KUALITATIF*. *Analisis Data Kualitatif*. Makassar: Pustaka Ramadhan, 2017.

Salim, Andy Salsabila, Munzir, and Zikrur Rahmat. "Peran Guru Pendidikan Jasmani Terhadap Pembelajaran Kepramukaan Di SMAN 1 Baitussalam Aceh Besar." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 3, no. 1 (2022): 10–11.

Samma, Adella Frascillia, Kheyene Molekandella Boer, and Universitas Mulawarman. "ANALISIS PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN PUBLIK PT POS INDONESIAN." *Jurnal An-Nida* 15, no. 1 (2023).

Shalwa, Nirma, and Baidhowi. "IMPLEMENTASI PRINSIP-PRINSIP SYARIAH DALAM FINTECH SYARIAH SEBAGAI REVOLUSI EKONOMI SYARIAH DI INDONESIA." *Jurnal Kajian Agama Dan Dakwah* 15, no. 1 (2025): 10–13.

Subchan, Rayhan Ahmad, Dini Gandini Purbaningrum, Muh. Qudrat Nugraha, and Rahmat Salam. "Analisis Dynamic Governance Pada Program Pospay Di PT POS Indonesia Jakarta Selatan." *Jurnal Relasi Publik* 2, no. 4 (2024): 13. https://doi.org/10.59581/jrp-widyakarya.v2i4.4123.

Sulung, Undari, and Mohammad Muspawi. "MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN: PRIMER,SEKUNDER. DAN TERSIER." *Jurnal Edu Research* 5, no. 3 (2014): 113. https://doi.org/10.1163/9789004263925_015.

Valvenchia, Risos, and Dhani Ichsanuddin Nur. "Pospay Sebagai Alat Transalsi Pembayaran Di Era Digital Perusahaan PT. Pos Indonesia (PERSERO) Regional V Surabaya." *Jrnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 4, no. 2 (2025): 250.

Wardhana, Aditya. *Kepuasan Pelanggan*. Jawa Tengah: EUREKA MEDIA AKSARA, 2024.

Widhianti, Kris, Dita Fitria Amelia, and Ageng Darma Putra Vijaya. "Pengaruh Digitalisasi Terhadap Efektivitas Pengawasan OJK Di Sektor Perbankan Indonesia." *Rio Law Jurnal* 6, no. 1 (2025): 223. http://dx.doi.org/10.36355/.v1i2OpenAccessat:https://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/RIO/index.

Yatminiwati, Mimin. *Manajemen Strategi*. Jawa Timur: Widya Gama Press, 2019.

Yustia, Alfiana, Siti Muflihah, Afaful Ummah, and Moh Rizky Mulyadi. "ANALISIS PENERAPAN NILAI-NILAI SYARIAH DALAM STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA E-COMMERCE ANALISIS PENERAPAN NILAI-NILAI SYARIAH DALAM STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA E-COMMERCE." *Jurnal Media Akademik* 3, no. 10 (2025): 6–8.

Zulfirman, Rony. "Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam." *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 3, no. 2 (2022): 150. https://doi.org/10.54371/jiip.v8i6.8295.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: SK PEMBIMBING

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor : 329.4/Un.26.3/HK.00.5/09/2025

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an **Raudhati Rahman** NIM**. 3722143** tanggal 16 September 2025;

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135);
6 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2022 Nomor 1233);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2022 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1288);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **"Analisis Strategi Pelayanan Pospay Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Pariaman"**

Kedua : Menunjuk saudara :

Nama	:	**Dr. Sandra Dewi, SE, MM**
NIP	:	197307172014112002
Pangkat/Gol.Ruang	:	Penata /III/c/Lektor
Bidang Keahlian Pokok	:	Ilmu Manajemen
Memberi Mata Kuliah	:	Pengantar Bisnis
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 16 September 2025
Dekan,

[illegible] ELFIN

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

LAMPIRAN 2: SURAT IZIN PENELITIAN

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon / Fax : (0752) 22875
Website : https://febi.uinbukittinggi.ac.id | Email : febi@uinbukittinggi.ac.id

Nomor : B-2553/Un.26.3/PP.07/11/2025 — 26 November 2025
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan PT. Pos Indonesia Cabang Pariaman
Jl. Tugu Perjuangan 45 Kec. Pariaman Tengah
Kota Pariaman

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan penelitian kepada mahasiswa dibawah ini:

Nama	: **Raudhati Rahman**
NIM	: 3722143
Semester	: VII (Tujuh)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Manajemen Bisnis Syariah S1
Judul Skripsi	: ***"Analisis Strategi Penggunaan Pospay Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT Pos Indosesia Kantor Pos Cabang Pariaman"***
Lokasi Penelitian	: PT. Pos Indonesia Cabang Pariaman Jl. Tugu Perjuangan 45 Kec. Pariaman Tengah Kota Pariaman
Waktu	: 26 November s.d 26 Desember 2025

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Wassalam
Dekan

Dr. H. Aidil Alfin, M.Ag
NIP. 197205201999031007

LAMPIRAN 3: SURAT BALASAN PENELITIAN

KANTOR POS INDONESIA PARIAMAN

Jl. Tugu Perjuangan 45 No. 2 Pariaman Tengah, Kota Pariaman

Sumatera Barat, 25511

Nomor : 346/Ritel/Pmn/1225 Pariaman, 25 Desember 2025

Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.

Pimpinan/Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Di

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, menindaklanjuti surat Nomor B-2553/Un.26.3/PP.07/11/2025 tanggal 26 Desember 2025 perihal permohonan izin penelitian di KANTOR POS INDONESIA PARIAMAN.

Kami sebagai pihak Kantor Pos Indonesia Pariaman dengan senang hati menerima mahasiswi tersebut untuk melakukan penelitian di tempat kami. Untuk itu, kami mengundang sdri. Raudhati Rahman berkunjung ke kantor kami sekaligus berdiskusi mengenai teknis proses penelitian ini dengan jadwal sebagai berikut:

Hari/Tanggal : Senin/01 Desember 2025

Waktu : 10.00 s/d selesai

Lokasi : Kantor Pos Indonesia Pariaman

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,

KANTOR POS INDONESIA PARIAMAN

NOFALDI EFENDI

PEGAWAI

LAMPIRAN 4: SURAT SELESAI PENELITIAN

KANTOR POS INDONESIA PARIAMAN

Jl. Tugu Perjuangan 45 No. 2 Pariaman Tengah, Kota Pariaman

Sumatera Barat, 25511

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nofaldi Efendi

Jabatan : Pegawai

Dengan ini menerangkan bahwasannya mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Raudhati Rahman

Nim : 3722143

Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Asal Universitas : Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Bahwasannya **Telah Selesai** melakukan penelitian di Kantor Pos Indonesia cabang pariaman selama 1 bulan, terhitung mulai dari tanggal 26 November 2025 s/d 26 Desember 2025 untuk memperoleh informasi ataupun data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul: **"Analisis Strategi Penggunaan Pospay Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Pariaman".**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Pariaman, 25 Desember 2025

KANTOR POS INDONESIA

PARIAMAN



NOFALDI EFENDI

PEGAWAI

LAMPIRAN 5: PEDOMAN WAWANCARA

PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Raudhati Rahman

Nim : 3722143

Judul Skripsi : Analisis Strategi Penggunaan Pospay dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Pariaman

1. **Pengalaman Pengguna Pospay**
   a. Sejak kapan Bapak/Ibu/Kakak/Abang menggunakan aplikasi Pospay?
   b. Layanan apa yang paling sering Bapak/Ibu/Kakak/Abang digunakan di Pospay?
   c. Menurut Bapak/Ibu/Kakak/Abang, apakah penggunaan aplikasi Pospay mudah dipahami? Jika iya apa alasannya lalu sebaliknya.
   d. Kendala apa yang pernah Bapak/Ibu/Kakak/Abang alami saat menggunakan Pospay?
   e. Lalu apakah informasi pada aplikasi jelas dan mudah dipahami?
   f. Apakah Bapak/Ibu/Kakak/Abang merasa puas menggunakan Pospay dibandingkan layanan manual di kantor pos? Jika iya apa alasannya lalu sebaliknya.
   g. Apa saja kelebihan serta kekurangan yang menurut bapak/ibu/kakak/abang?
   h. Lalu apa saran Bapak/Ibu agar penggunaan Pospay ke depan dapat memberikan kepuasan yang lebih baik?

2. **Strategi Penggunaan Pospay**
   a. Bagaimana strategi Kantor Pos Cabang Pariaman dalam mendorong pelanggan menggunakan aplikasi Pospay?
   b. Upaya apa saja yang dilakukan pegawai untuk mengenalkan dan mengarahkan pelanggan agar terbiasa menggunakan Pospay?

c. Lalu, Kendala apa yang sering dialami pelanggan saat menggunakan aplikasi Pospay?
d. Bagaimana cara Bapak/Ibu mengatasi keluhan atau masalah yang dialami oleh pelanggan tersebut?
e. Menurut Bapak/Ibu, apakah penggunaan Pospay sudah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan?
f. Strategi apa yang perlu ditingkatkan agar penggunaan Pospay ke depan dapat memberikan kepuasan pelanggan yang lebih baik?

LAMPIRAN 6: DOKUMENTASI



Bagian dalam Kantor Pos Pariaman



Tampak Luar Kantor Pos Pariaman



Wawancara dengan Pegawai Pos



Dokumentasi dengan Pimpinan Pos Pariaman







Wawancara dengan beberapa Pelanggan Pengguna Pospay