

Inovasi Layanan Penerimaan dan Pengiriman Paket dalam Mewujudkan Keunggulan Bersaing Pada PT Pos Indonesia (Persero) Gunungsitoli

Yufita Mendrofa¹, Heniwati Gulo², Yuterlin Zalukhu³, Kurniawan Sarototonafo Zai⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nias, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received Sep 9, 2026
Revised Sep 17, 2026
Accepted Sep 27, 2026

Keywords:

Inovasi Layanan,
Digitalisasi,
Pengiriman Paket,
Keunggulan Bersaing

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk inovasi layanan penerimaan dan pengiriman paket, menganalisis kontribusinya dalam mewujudkan keunggulan bersaing, serta mendeskripsikan proses implementasi inovasi pada PT Pos Indonesia (Persero) Gunungsitoli. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Informan dipilih secara purposive sebanyak enam orang yang terdiri atas satu informan kunci, dua informan utama, dan tiga informan pendukung yang mewakili manajemen, pegawai operasional/loket, kurir, dan pelanggan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis dilakukan melalui pengumpulan dan penyiapan data, open coding, axial coding, selective coding, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi layanan terutama berbentuk digitalisasi dan integrasi proses melalui Nipos/New I-Pos, penataan data kiriman, bukti transaksi, nomor pelacakan, koordinasi loket-pengolahan-kurir, serta penguatan informasi pelanggan. Inovasi tersebut berkontribusi terhadap keunggulan bersaing melalui peningkatan keterlacakan, keamanan, transparansi, kemudahan, dan kepercayaan pelanggan yang diperkuat oleh jaringan, reputasi, dan jangkauan PT Pos Indonesia. Namun, konsistensi implementasi masih dipengaruhi gangguan jaringan, cuaca, transportasi antarpulau, kondisi jalan, kelengkapan alamat, volume kiriman, disiplin pembaruan status, dan komunikasi keterlambatan. Dengan demikian, keunggulan bersaing pada konteks wilayah kepulauan perlu dibangun melalui keterpaduan sistem digital, jaringan fisik, reputasi perusahaan, disiplin operasional, pengetahuan lokal kurir, dan komunikasi yang proaktif kepada pelanggan.

This is an open access article under the [CC BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license.



Corresponding Author:

Yufita Mendrofa
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nias
Jln. Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli. Kota Gunungsitoli
Email: tiarayufin@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor ekonomi, khususnya pada bidang perdagangan dan jasa logistik. Pertumbuhan aktivitas perdagangan elektronik (*e-commerce*) menyebabkan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan pengiriman barang yang cepat, aman, transparan, serta didukung oleh sistem teknologi *digital*. Kondisi ini mendorong perusahaan jasa pengiriman untuk tidak hanya berfokus pada aktivitas operasional, tetapi juga mengembangkan inovasi layanan sebagai strategi menghadapi dinamika persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Di tingkat nasional, industri logistik di Indonesia mengalami perkembangan pesat seiring meningkatnya transaksi *digital* dan mobilitas distribusi barang antarwilayah. Perusahaan jasa pengiriman dituntut mampu menyediakan layanan yang efisien, responsif, serta berorientasi pada kepuasan pelanggan. Inovasi layanan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus menciptakan keunggulan bersaing di tengah munculnya berbagai perusahaan logistik swasta yang menawarkan kemudahan layanan berbasis aplikasi *digital* dan sistem pelacakan paket secara *real-time*. Menurut Rahmayani, dkk (2025), inovasi merupakan penerapan gagasan atau metode baru yang bertujuan meningkatkan efektivitas organisasi. Sejalan dengan itu, Rahmayani, dkk (2025) menyatakan bahwa inovasi merupakan proses mentransformasikan sesuatu yang telah ada menjadi bentuk baru yang lebih efektif serta memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

Menurut Suharto & Devi (dalam Agustina & Ali, 2025) “kemampuan suatu bisnis untuk menyediakan nilai unik yang sulit ditiru oleh pesaing dikenal sebagai keunggulan bersaing”. Keunggulan bersaing merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memiliki nilai lebih dibandingkan pesaing sehingga mampu menarik dan mempertahankan pelanggan serta mencapai tujuan perusahaan secara berkelanjutan. Keunggulan bersaing dapat tercipta apabila perusahaan mampu memberikan produk atau layanan yang lebih baik, lebih cepat, lebih murah, atau lebih unik dibandingkan kompetitor. Keunggulan bersaing diperoleh melalui strategi biaya rendah dan diferensiasi yang membuat perusahaan memiliki posisi yang kuat di pasar. Dalam konteks PT Pos Indonesia Kota Gunungsitoli, keunggulan bersaing dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan penerimaan dan pengiriman paket yang cepat, aman, berkualitas, tarif terjangkau, serta didukung inovasi layanan yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Sebagai salah satu perusahaan milik negara yang bergerak di bidang layanan pos dan logistik, PT Pos Indonesia (Persero) memiliki peran strategis dalam mendukung sistem distribusi nasional hingga ke wilayah terpencil. Perusahaan ini tidak hanya menjalankan fungsi pengiriman surat dan paket, tetapi juga berperan dalam menjangkau masyarakat di daerah kepulauan dan wilayah dengan keterbatasan akses transportasi. Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam melakukan inovasi layanan menjadi aspek penting untuk menjaga keberlanjutan bisnis serta mempertahankan kepercayaan masyarakat.

Pada tingkat organisasi, PT Pos Indonesia (Persero) Gunungsitoli merupakan unit pelayanan yang melayani penerimaan dan pengiriman paket di wilayah Kota Gunungsitoli dan sekitarnya di Kepulauan Nias. Karakteristik wilayah operasional yang berbentuk kepulauan menghadirkan tantangan tersendiri dalam proses distribusi barang. Ketergantungan pada transportasi laut dan udara, keterbatasan infrastruktur logistik, serta kondisi cuaca yang tidak menentu sering kali memengaruhi ketepatan waktu pengiriman paket kepada pelanggan. Berdasarkan kajian terhadap berbagai penelitian terdahulu, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang menunjukkan bahwa kajian mengenai inovasi layanan dalam sektor jasa pengiriman masih didominasi oleh penelitian pada perusahaan logistik berskala besar dengan fokus pada inovasi teknologi *digital*, kualitas pelayanan, dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan maupun kinerja perusahaan. Penelitian yang secara khusus mengkaji inovasi layanan penerimaan dan pengiriman paket pada PT Pos Indonesia (Persero) Gunungsitoli masih sangat terbatas, terutama dalam konteks daerah kepulauan yang memiliki karakteristik geografis, infrastruktur, dan kebutuhan masyarakat yang berbeda dengan wilayah perkotaan. Selain itu, sebagian besar penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga belum mampu menggambarkan secara mendalam proses perencanaan, implementasi, tantangan, dan strategi inovasi layanan yang dilakukan organisasi dalam membangun keunggulan bersaing. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu menjelaskan fenomena tersebut secara kontekstual melalui pendekatan kualitatif.

Adapun kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang mengintegrasikan inovasi layanan penerimaan dan pengiriman paket dengan upaya mewujudkan keunggulan bersaing pada PT Pos Indonesia (Persero) Gunungsitoli. Penelitian ini tidak hanya menelaah inovasi layanan sebagai bentuk pembaruan operasional, tetapi juga mengkaji bagaimana inovasi tersebut menjadi strategi organisasi dalam menciptakan diferensiasi layanan, meningkatkan nilai tambah bagi

pelanggan, serta memperkuat posisi kompetitif perusahaan di tengah persaingan jasa pengiriman pada tingkat lokal. Selain itu, penelitian ini menghadirkan perspektif kontekstual mengenai implementasi inovasi layanan pada kantor cabang daerah di wilayah kepulauan yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya, sehingga diharapkan dapat memperkaya pengembangan teori dan praktik inovasi layanan dalam sektor jasa logistik di Indonesia.

Berdasarkan hasil observasi awal, peneliti menyadari bahwa semakin tingginya tingkat persaingan di kota Gunungsitoli dikarenakan terdapat banyak perusahaan yang bergerak di bidang logistik. Hal ini dapat terlihat langsung dari banyaknya perusahaan seperti *J&T Express*, *JNE*, *Shopee Express*, dan lainnya. Kondisi tersebut menciptakan kompetisi yang semakin sengit dalam mendapatkan pelanggan dan menjaga eksistensi perusahaan dimata masyarakat. Dari hasil observasi peneliti ditemukan beberapa masalah dalam praktik operasional layanan penerimaan dan pengiriman paket, antara lain keterlambatan distribusi akibat gangguan transportasi, optimalisasi penggunaan teknologi informasi yang belum maksimal, serta kebutuhan peningkatan kompetensi pelayanan pelanggan berbasis *digital*. Di sisi lain, pelanggan semakin menuntut layanan pengiriman yang cepat, akurat, dan transparan sebagaimana yang ditawarkan oleh perusahaan logistik swasta berbasis aplikasi *digital*. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tuntutan layanan modern dengan keterbatasan operasional wilayah kepulauan, sehingga inovasi layanan menjadi kebutuhan strategis untuk meningkatkan efektivitas pelayanan sekaligus memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan industri logistik.

Sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis, PT Pos Indonesia (Persero) Gunungsitoli telah menerapkan inovasi layanan melalui penggunaan sistem *Nipos/New I-Pos* dalam proses penerimaan dan pengiriman paket. Sistem ini bertujuan meningkatkan akurasi penginputan data, mempercepat proses pelayanan, serta mendukung transparansi informasi pengiriman kepada pelanggan. Pelayanan pengiriman pada dasarnya merupakan aktivitas pemberian manfaat dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyelenggaraan layanan yang efektif dan efisien Rahmayani, dkk (2025). Sementara itu, sistem penerimaan paket dirancang untuk membantu masyarakat menerima barang secara aman meskipun tidak berada di lokasi penerimaan secara langsung.

Tabel 1. Data Awal Hasil Observasi dan Wawancara Mengenai Pelayanan di PT Pos Indonesia (Persero) Gunungsitoli

No.	Sumber	Aspek Pelayanan	Fenomena yang Disampaikan
1	Manager	Ketepatan Waktu Pengiriman	Paket yang dikirim terkadang diterima melewati estimasi waktu yang telah diinformasikan kepada pelanggan.
2	Kurir	Ketepatan Waktu Penerimaan	Pelanggan masih mengalami keterlambatan dalam menerima paket, terutama pada periode tertentu dengan volume pengiriman yang tinggi.
3	kurir	Pelacakan Kiriman	Status pengiriman pada sistem pelacakan belum selalu diperbarui secara <i>real time</i> sehingga pelanggan kesulitan mengetahui posisi paket.
4	pelanggan	Informasi kepada Pelanggan	Ketika terjadi keterlambatan, pelanggan tidak selalu memperoleh pemberitahuan atau penjelasan secara cepat dari pihak PT Pos Indonesia (Persero) Gunungsitoli.
5	pelanggan	Layanan Pengaduan	Proses penyampaian pengaduan sudah tersedia, namun tindak lanjut terhadap keluhan pelanggan dinilai masih memerlukan waktu yang cukup lama.
6	pelanggan	Pemanfaatan Teknologi	Sebagian pelanggan belum memahami penggunaan layanan <i>digital</i> , seperti aplikasi <i>Pospay</i> maupun fitur pelacakan kiriman secara mandiri.

No.	Sumber	Aspek Pelayanan	Fenomena yang Disampaikan
7	pelanggan	Pelayanan di Loker	Pada jam-jam tertentu masih terjadi antrean sehingga pelanggan harus menunggu lebih lama untuk memperoleh pelayanan.
8	Pelanggan	Inovasi Pelayanan	Sebagian pelanggan menilai bahwa inovasi pelayanan yang telah diterapkan sudah membantu, namun masih perlu ditingkatkan terutama dalam penyampaian informasi dan percepatan pelayanan.

Sumber: Hasil observasi dan wawancara awal peneliti, 2025.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa inovasi layanan penerimaan dan pengiriman paket memiliki peranan penting dalam mewujudkan keunggulan bersaing, khususnya pada PT Pos Indonesia (Persero) Gunungsitoli. Integrasi antara kualitas layanan, kapabilitas organisasi, serta inovasi yang berorientasi pada kebutuhan pelanggan diharapkan mampu memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan industri jasa pengiriman yang semakin kompetitif.

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan tersebut dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam bentuk inovasi, proses implementasi, pengalaman pelanggan, serta hambatan layanan pada satu unit organisasi. Penelitian tidak melakukan pengukuran kuantitatif atau uji statistik.

Informan dan Teknik Pengumpulan Data

Informan dipilih secara purposive sebanyak enam orang yang terdiri atas satu informan kunci, dua informan utama, dan tiga informan pendukung. Informan mewakili manajemen, operasional/loket, kurir, dan pelanggan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi proses penerimaan dan pengiriman paket, serta dokumentasi. Wawancara inti dilaksanakan pada 22–31 Juli 2026.

Tabel 2. Profil Informan Penelitian

Kode	Kategori	Posisi	Fokus informasi
IK	Kunci	Salman Saputra Gea – Manajer	Kebijakan, inovasi, evaluasi, kendala, daya saing
IU1	Utama	Sany Nur Saniago – Operasional/Loker	Penerimaan paket, sistem, transaksi, informasi, keluhan, koordinasi
IU2	Utama	Steven Laoli – Kurir	Rute, volume, alamat, status, interaksi pelanggan
IP1	Pendukung	Yosep Putra Gulo – Kurir	Jarak, jalan, cuaca, jaringan, alamat, wilayah pengiriman
IP2	Pendukung	Selviaman Zebua – Kurir	Daftar antaran, koordinasi, status, volume, keamanan
IP3	Pendukung	Putri Cayani Zebua – Pelanggan/Penjual Daring	Pelacakan, tarif, keterlambatan, keamanan, kepercayaan, penggunaan ulang

Sumber: Diolah peneliti berdasarkan data wawancara dalam naskah, 2026.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara bertahap melalui pengumpulan dan penyiapan data, open coding, axial coding, selective coding, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Open coding digunakan untuk mengidentifikasi unit makna seperti sistem terintegrasi, nomor pelacakan, pembaruan status, alamat tidak lengkap, gangguan jaringan, keamanan kiriman, komunikasi

pelanggan, jangkauan layanan, dan kepercayaan. Axial coding mengelompokkan kode menjadi kategori, sedangkan selective coding mengintegrasikannya menjadi tema inti. Keabsahan data dijaga melalui credibility, transferability, dependability, dan confirmability.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil analisis menghasilkan empat tema utama yang menjawab fokus penelitian, yaitu: (1) digitalisasi dan integrasi proses sebagai inti inovasi layanan; (2) transparansi, keamanan, dan kemudahan sebagai nilai pelanggan; (3) jaringan, reputasi, dan jangkauan sebagai basis keunggulan bersaing; dan (4) keterbatasan geografis-digital serta komunikasi sebagai penentu konsistensi implementasi.

Narasi Temuan Awal Berdasarkan Informan

Temuan awal dari informan kunci (IK) menunjukkan bahwa inovasi dipahami sebagai upaya menyesuaikan layanan dengan pertumbuhan transaksi daring, tuntutan pelanggan, dan persaingan jasa pengiriman. Pembaruan utama yang disebut meliputi penggunaan Nipos/New I-Pos, pelacakan kiriman, bukti transaksi, penataan data, dan penguatan koordinasi. Pada saat yang sama, IK menegaskan bahwa manfaat sistem belum selalu optimal ketika terjadi gangguan jaringan, keterlambatan transportasi, cuaca buruk, atau pembaruan status dari lapangan yang belum segera masuk ke sistem. Temuan ini memperlihatkan bahwa inovasi digital pada tingkat kantor layanan tidak berdiri sendiri, tetapi sangat bergantung pada keandalan proses operasional dan infrastruktur pendukung.

Informan utama pertama (IU1), yaitu pegawai operasional/loket, memperlihatkan sisi proses transaksi. Sistem membantu memasukkan data secara terstruktur, menghitung tarif, menerbitkan bukti transaksi, dan mencari riwayat kiriman berdasarkan nomor resi. Namun, ketepatan alamat dan nomor kontak tetap harus diverifikasi karena kesalahan input pada tahap awal dapat menimbulkan efek berantai pada proses pengantaran. IU1 juga menekankan bahwa gangguan koneksi dan tingginya volume pelanggan meningkatkan waktu tunggu. Secara analitis, hal ini menunjukkan bahwa efisiensi digital baru menghasilkan kualitas layanan apabila data awal akurat dan kapasitas pelayanan seimbang dengan beban transaksi.

Perspektif kurir diperoleh dari IU2, IP1, dan IP2. Ketiganya menunjukkan bahwa inovasi memberikan manfaat ketika data kiriman lengkap, daftar antaran tertata, dan status dapat ditelusuri. IU2 menekankan manfaat penataan daftar pada wilayah perkotaan dengan volume kiriman relatif tinggi; IP1 menyoroti keterbatasan jaringan, jarak, kondisi jalan, dan cuaca pada wilayah pinggiran; sedangkan IP2 menekankan pentingnya disiplin pencatatan hasil antaran dan pembaruan status. Kesamaan ketiga perspektif tersebut adalah bahwa kualitas layanan digital sangat dipengaruhi kualitas data alamat, nomor kontak aktif, pembagian rute, dan konsistensi pelaporan dari lapangan.

Informan pendukung pelanggan (IP3) menilai bukti pengiriman dan pelacakan sebagai nilai penting, terutama karena digunakan untuk memberikan kepastian kepada pembeli dalam kegiatan penjualan daring. IP3 mengakui bahwa pelacakan membantu, tetapi status yang terlambat diperbarui dapat menimbulkan ketidakpastian dan mendorong pelanggan kembali menghubungi petugas. Perspektif pelanggan ini menjadi bukti bahwa keberhasilan inovasi bukan hanya ditentukan oleh tersedianya fitur digital, melainkan oleh akurasi dan ketepatan waktu informasi yang benar-benar diterima pengguna.

Secara keseluruhan, temuan awal menunjukkan pola yang konsisten: teknologi telah meningkatkan keteraturan proses, keterlacakan, dan kepastian data, tetapi kualitas pengalaman pelanggan tetap ditentukan oleh kemampuan perusahaan mengelola pembaruan status, komunikasi keterlambatan, stabilitas jaringan, kelengkapan alamat, kapasitas kurir, dan tindak lanjut keluhan. Pola tersebut kemudian dianalisis secara sistematis melalui open coding, axial coding, dan selective coding untuk memastikan bahwa tema yang disajikan berasal dari unit makna yang dapat ditelusuri pada keterangan informan.

Proses Analisis Data

Proses analisis dilakukan dengan membaca jawaban informan secara berulang dan memecah data ke dalam unit makna. *Open coding* digunakan untuk memberi label awal terhadap informasi yang berulang atau penting.

Table 3. Proses Open Coding Hasil Wawancara

No.	Kutipan/Unit Makna Hasil Wawancara	Kode Awal	Subtema	Informan
1	"Pembaruan utama adalah penggunaan sistem Nipos/New I-Pos untuk pencatatan dan pemrosesan kiriman..."	Digitalisasi proses	Integrasi sistem layanan	IK
2	"Sistem membantu memasukkan data secara terstruktur, menghitung tarif, mencetak bukti, serta menemukan riwayat kiriman."	Otomasi transaksi	Efisiensi dan akurasi loket	IU1
3	"Daftar dan informasi paket menjadi lebih teratur sehingga saya lebih mudah mengetahui jumlah, tujuan, dan status paket."	Penataan antaran	Koordinasi distribusi	IU2
4	"Manfaat sistem tidak selalu langsung dirasakan di lokasi yang jaringan komunikasinya lemah."	Gangguan jaringan	Hambatan digital-geografis	IP1
5	"Pembaruan status harus dilakukan secara disiplin; jika terlambat, pelanggan menganggap paket tidak bergerak..."	Disiplin pembaruan status	Transparansi informasi	IP2
6	"Pelacakan sangat membantu untuk memberi informasi kepada pembeli."	Nilai pelacakan	Kepastian pelanggan	IP3
7	"Kendala utama adalah keterlambatan moda transportasi, cuaca yang berubah, jaringan yang tidak stabil..."	Hambatan fisik dan digital	Keandalan operasi wilayah kepulauan	IK
8	"Kendala yang sering terjadi adalah jaringan lambat, alamat tidak lengkap, nomor telepon tidak aktif..."	Kualitas data alamat	Efisiensi antaran	IU1
9	"Kelebihannya adalah jaringan PT Pos yang luas, kepercayaan masyarakat, serta kemampuan melayani kiriman ke banyak wilayah."	Jangkauan dan reputasi	Basis keunggulan bersaing	IU1
10	"Beberapa jasa swasta lebih cepat dalam pembaruan status dan pemberitahuan digital."	Benchmark digital pesaing	Kesenjangan pengalaman digital	IP3

Sumber: Diolah peneliti berdasarkan open coding, 2026.

Konstruksi Tema Analisis Data

Hasil *selective coding* menghasilkan empat tema yang saling berhubungan. Tema pertama menempatkan digitalisasi dan integrasi proses sebagai bentuk inovasi paling nyata. Tema kedua menunjukkan bahwa inovasi menghasilkan nilai ketika meningkatkan transparansi, keamanan, dan kemudahan bagi pelanggan. Tema ketiga memperlihatkan bahwa jaringan, reputasi, dan jangkauan tetap menjadi basis diferensiasi yang penting. Tema keempat menunjukkan bahwa konsistensi inovasi ditentukan oleh kemampuan mengatasi keterbatasan geografis, jaringan, kualitas data alamat, kapasitas operasional, serta komunikasi pelanggan.

Tabel 4. Konstruksi Tema Analisis Data

Tema	Fokus utama	Bukti dominan	Makna analitis
1. Digitalisasi dan integrasi proses	Nipos/New I-Pos, data, bukti transaksi, pelacakan, koordinasi	IK, IU1, IU2	Inovasi terutama hadir sebagai pembaruan proses dan sistem.
2. Transparansi,	Status kiriman, bukti,	IK, IU1, IP2, IP3	Nilai inovasi dirasakan

Tema	Fokus utama	Bukti dominan	Makna analitis
keamanan, dan kemudahan	tarif/estimasi, respons petugas		ketika pelanggan memperoleh kepastian, keamanan, dan kemudahan.
3. Jaringan, reputasi, dan jangkauan	Kepercayaan, pengalaman perusahaan, cakupan wilayah	IK, IU1, IU2, IP1, IP2, IP3	Keunggulan bersaing dibangun dari kombinasi aset jaringan/reputasi dan dukungan sistem digital.
4. Hambatan kontekstual dan perbaikan	Jaringan, cuaca, transportasi, alamat, volume, status, komunikasi	IK, IU1, IU2, IP1, IP2, IP3	Teknologi tidak menghapus hambatan fisik; kualitas data, disiplin operasional, dan komunikasi menentukan konsistensi.

Sumber: Diolah peneliti berdasarkan proses coding, 2026.

Digitalisasi dan Integrasi Proses Layanan

Tema pertama menunjukkan bahwa inovasi paling nyata berada pada digitalisasi dan penataan proses. Nipos/New I-Pos digunakan untuk memasukkan identitas pengirim dan penerima, tujuan, berat, tarif, jenis layanan, dan nomor kiriman. Data yang sama menjadi rujukan bukti transaksi, penelusuran kiriman, dan koordinasi. Pada proses distribusi, daftar kiriman yang lebih terstruktur membantu kurir mencocokkan jumlah dan tujuan paket. Nomor kiriman menjadi penghubung antara loket, bagian pengolahan, kurir, dan pelanggan. Temuan menunjukkan bahwa inovasi tersebut bukan sekadar penggunaan perangkat teknologi, melainkan perubahan cara kerja end-to-end. Namun, penelitian tidak menemukan bukti yang cukup bahwa kantor Gunungsitoli secara mandiri menciptakan model bisnis baru. Inovasi yang teridentifikasi lebih kuat berupa penyempurnaan proses, teknologi, akses informasi, koordinasi, dan interaksi pelanggan.

Transparansi Informasi, Keamanan, dan Pengalaman Pelanggan

Bukti transaksi dan nomor pelacakan memberikan kepastian bahwa kiriman telah masuk ke dalam sistem. Bagi pelanggan usaha daring, pelacakan membantu memberikan informasi kepada pembeli, sedangkan bagi pelanggan umum nomor kiriman memberi rasa aman karena paket dapat ditelusuri ketika terjadi keterlambatan atau kendala. Akan tetapi, transparansi belum sepenuhnya konsisten karena status digital dapat tertinggal dari pergerakan fisik paket ketika jaringan tidak tersedia atau pelaporan lapangan belum masuk. Pengalaman pelanggan juga dipengaruhi perbedaan literasi digital. Pelanggan yang terbiasa dengan teknologi dapat menggunakan pelacakan secara mandiri, sementara pelanggan lain membutuhkan penjelasan langsung. Karena itu, inovasi yang efektif perlu bersifat inklusif, yaitu memperkuat kanal digital tanpa menghilangkan dukungan manusia pada loket dan komunikasi kurir.

Jaringan, Reputasi, dan Jangkauan sebagai Basis Keunggulan Bersaing

Keunggulan PT Pos Indonesia (Persero) Gunungsitoli tidak hanya berasal dari inovasi digital. Informan menekankan jaringan yang luas, pengalaman panjang, pengenalan masyarakat, dan kemampuan menjangkau berbagai wilayah sebagai kekuatan utama. Aset tersebut membentuk kepercayaan awal pelanggan. Inovasi sistem kemudian memperkuatnya melalui keterlacakan dan kepastian informasi. Beberapa informan juga membandingkan pengalaman digital PT Pos dengan perusahaan swasta yang dinilai lebih aktif dalam pemberitahuan status. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi dan jaringan belum cukup apabila kualitas informasi tertinggal. Dengan demikian, keunggulan bersaing paling kuat dalam penelitian ini adalah diferensiasi berbasis kualitas layanan, jangkauan, reputasi, keamanan, dan keterlacakan; keunggulan biaya tidak dapat dibuktikan karena data biaya dan tarif pesaing tidak tersedia.

Hambatan Kontekstual dan Kebutuhan Perbaikan Berkelanjutan

Implementasi inovasi berlangsung dalam konteks geografis dan operasional yang kompleks. Cuaca, transportasi laut atau udara, jarak, kondisi jalan, dan jaringan komunikasi memengaruhi waktu kiriman serta pembaruan status. Pada tingkat operasional, alamat tidak lengkap, nomor telepon tidak aktif, volume paket yang meningkat, dan antrean dapat menurunkan konsistensi pelayanan. Kendala tersebut saling berhubungan: keterlambatan transportasi mengurangi waktu antaran, jaringan menghambat pembaruan status, status yang tidak berubah menimbulkan pertanyaan pelanggan, dan pertanyaan yang meningkat menambah beban petugas. Oleh karena itu, perbaikan tidak cukup dilakukan dengan menambah teknologi, tetapi juga perlu mencakup kualitas data, kapasitas rute, prosedur cadangan ketika jaringan terganggu, disiplin pelaporan, dan komunikasi proaktif. Komunikasi keterlambatan dan progres penyelesaian keluhan berfungsi sebagai mekanisme pemulihan layanan ketika kendala fisik belum dapat segera diatasi.

Pembahasan

Bentuk Inovasi Layanan Penerimaan dan Pengiriman Paket Yang Diterapkan Pada PT Pos Indonesia (Persero) Gunungsitoli

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi pada PT Pos Indonesia (Persero) Gunungsitoli terutama berbentuk inovasi proses dan teknologi. *New Integrated Postal System* (Nipos/New I-Pos) adalah sistem *core* (inti) digital baru yang digunakan oleh PT Pos Indonesia (Persero). Aplikasi ini dirancang sebagai platform digital penanganan kiriman pos, baik berupa surat (*mail*) maupun paket (*package*). Fitur-fiturnya meliputi input transaksi dan resi, pelacakan *real-time*, manajemen operasional kurir. Berperan pada sisi internal-operasional dengan mengintegrasikan pencatatan data kiriman, penetapan tarif, bukti transaksi, nomor kiriman, dan penelusuran, sedangkan fasilitas pelacakan menjadi titik temu informasi dengan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan konsep inovasi layanan yang menempatkan pembaruan prosedur, teknologi, dan interaksi sebagai sarana penciptaan nilai. Jika dikaitkan dengan Noeridha (2023), praktik di Gunungsitoli mencerminkan inovasi proses pelayanan, teknologi pelayanan, saluran penyampaian informasi, dan interaksi pengguna. Dengan demikian, digitalisasi yang ditemukan dalam penelitian ini perlu dipahami sebagai pembaruan sistem kerja end-to-end, bukan hanya penggunaan satu aplikasi pelanggan.

Temuan tersebut memiliki kesamaan dengan Dewi et al. (2023) pada PT Pos Indonesia Cianjur yang menemukan inovasi produk dan proses serta pemanfaatan jaringan online untuk membuat pelayanan lebih efektif dan efisien. Kesamaannya terletak pada penggunaan teknologi dan pembaruan proses untuk mempercepat pelayanan, menata informasi, serta menjaga relevansi PT Pos di tengah persaingan. Namun terdapat perbedaan hasil: penelitian Cianjur menampilkan spektrum inovasi yang lebih luas, termasuk Pos Express, Pos *Payment*, wesel pos, perangko prisma, dan inovasi proses, sedangkan penelitian Gunungsitoli menemukan inovasi yang lebih dominan bersifat inkremental pada integrasi proses penerimaan-pengiriman, pelacakan, data, dan koordinasi.

Perbedaan tersebut dapat dijelaskan oleh konteks, unit analisis, dan karakter operasional. Dewi et al. (2023) memotret inovasi PT Pos Cianjur secara lebih luas pada tingkat produk dan proses, sedangkan penelitian ini secara khusus membatasi analisis pada penerimaan dan pengiriman paket di satu kantor lokal. Selain itu, Gunungsitoli berada pada konteks kepulauan, sehingga kualitas layanan sangat dipengaruhi transportasi antarpulau, cuaca, kondisi jalan, stabilitas jaringan, dan kelengkapan alamat. Oleh sebab itu, perbedaan hasil tidak merupakan kontradiksi mutlak, melainkan menunjukkan bahwa jenis inovasi yang paling menonjol akan berbeda sesuai kebutuhan lokal dan ruang lingkup penelitian.

Inovasi Layanan Penerimaan dan Pengiriman Paket Berkontribusi Dalam Mewujudkan Keunggulan Bersaing Di Gunungsitoli

Dalam perspektif Porter (2020), keunggulan bersaing dapat dibangun melalui biaya, diferensiasi, atau fokus. Data penelitian paling kuat mendukung diferensiasi berbasis kualitas layanan, jangkauan, reputasi, keamanan, dan keterlacakan. Sistem digital memberi nilai tambah karena pelanggan memperoleh bukti dan nomor pelacakan, sementara jaringan serta pengalaman perusahaan memberikan keyakinan bahwa layanan dapat menjangkau berbagai wilayah.

Keunggulan biaya belum dapat dibuktikan secara komparatif karena penelitian tidak memiliki data biaya dan tarif pesaing yang memadai.

Hasil ini juga sejalan dengan Muharromah, Yusuf, dan Utami (2024) yang secara khusus meneliti aplikasi Pos Aja pada Kantor Pos Cabang Utama Kota Tangerang. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa Pos Aja memberikan keuntungan relatif berupa kemudahan dan efisiensi, tetapi masih menghadapi kendala pada kualitas dan kuantitas sumber daya manusia, sosialisasi/promosi, performa aplikasi, notifikasi, dan pelaksanaan layanan *pick-up*. Kesamaan dengan Gunungsitoli terletak pada fakta bahwa teknologi digital memberikan nilai tambah, tetapi manfaatnya tidak otomatis menghilangkan masalah organisasi dan operasional. Perbedaannya, Pos Aja merupakan aplikasi yang berhadapan langsung dengan pelanggan, sedangkan temuan utama Gunungsitoli lebih kuat pada Nipos/New I-Pos sebagai sistem operasional internal yang kemudian mendukung bukti transaksi dan pelacakan pelanggan.

Kontradiksi atau perbedaan temuan paling jelas terlihat pada sumber hambatan. Pada Muharromah et al. (2024), hambatan dominan berkaitan dengan penggunaan aplikasi, sosialisasi, performa sistem, notifikasi, dan ketersediaan kurir *pick-up*. Pada Gunungsitoli, hambatan yang menonjol justru berada pada pertemuan antara konektivitas digital dan distribusi fisik: jaringan tidak stabil, cuaca, transportasi antarpulau, jarak, alamat, volume kiriman, dan keterlambatan pembaruan status. Kemungkinan penyebabnya adalah konteks lokal yang berbeda (kota metropolitan dibanding wilayah kepulauan), fokus metodologis yang berbeda (aplikasi spesifik dibanding keseluruhan alur penerimaan-pengiriman), serta komposisi informan yang berbeda. Penelitian Gunungsitoli menggunakan enam informan yang mewakili manajemen, loket, kurir, dan pelanggan sehingga hambatan fisik distribusi muncul lebih kuat dalam data.

Temuan ini memperkuat pandangan Barney dan Hesterly (2020) bahwa keunggulan bersaing dapat bertumpu pada sumber daya yang bernilai dan relatif sulit ditiru. Pada PT Pos Gunungsitoli, reputasi, jaringan, pengalaman organisasi, dan pengetahuan lokal kurir merupakan sumber daya yang melengkapi teknologi. Dalam perspektif Porter (2020), temuan lebih kuat mendukung strategi diferensiasi daripada keunggulan biaya, karena data penelitian menunjukkan nilai pada jangkauan, keamanan, keterlacakan, dan kepercayaan, sementara data biaya/tarif komparatif tidak tersedia. Dengan demikian, daya saing yang paling realistis dibangun melalui kombinasi aset fisik dan reputasional dengan pengalaman digital yang cepat, transparan, dan responsif.

Proses Implementasi Inovasi Layanan Penerimaan dan Pengiriman Paket Pada PT Pos Indonesia (Persero) Gunungsitoli

Implementasi inovasi pada penelitian ini berlangsung melalui identifikasi kebutuhan, penyesuaian kebijakan perusahaan, sosialisasi dan pendampingan pegawai, pelaksanaan pada alur layanan, koordinasi, pemantauan, dan perbaikan. Proses tersebut menunjukkan bahwa inovasi tidak berhenti pada pemasangan sistem. Efektivitasnya dipengaruhi keterampilan pegawai, ketelitian data, disiplin pembaruan status, pembagian rute, kondisi jaringan, transportasi, dan kemampuan menyampaikan informasi ketika terjadi gangguan. Dewi et al. (2023) juga menemukan bahwa inovasi PT Pos membutuhkan tahap identifikasi peluang, pengembangan ide, implementasi, dan aplikasi serta dipengaruhi SDM, sarana-prasarana, teknologi, dan persaingan. Kesamaan ini menegaskan bahwa keberhasilan inovasi membutuhkan ekosistem pendukung. Namun, penelitian Gunungsitoli memberi penekanan lebih kuat pada keterhubungan aliran fisik dan aliran informasi. Paket dapat terus bergerak ketika status digital tertunda, atau sebaliknya informasi dapat tersedia tetapi pergerakan fisik terganggu cuaca dan transportasi. Secara teoretis, kondisi tersebut menegaskan bahwa kualitas layanan jasa ditentukan oleh keandalan proses dan kualitas interaksi dengan pelanggan. Dalam konteks Gunungsitoli, keandalan tidak berarti seluruh keterlambatan dapat dihilangkan, karena sebagian penyebab berasal dari cuaca dan transportasi. Keandalan justru terlihat pada kemampuan perusahaan menjaga akurasi data, memberikan status yang mutakhir, menjelaskan penyebab keterlambatan, dan menyelesaikan keluhan secara konsisten. Hal tersebut juga mendukung logika diferensiasi Porter (2020): ketika perusahaan tidak selalu dapat bersaing pada kecepatan fisik akibat

kondisi geografis, kualitas informasi, jangkauan, keamanan, dan pemulihan layanan dapat menjadi pembeda yang bernilai bagi pelanggan

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa inovasi layanan penerimaan dan pengiriman paket pada PT Pos Indonesia (Persero) Gunungsitoli terutama berbentuk digitalisasi dan integrasi proses melalui Nipos/New I-Pos, penataan data kiriman, bukti transaksi, nomor pelacakan, pemeriksaan data penerimaan, koordinasi loket-pengolahan-kurir, serta penguatan informasi pelanggan. Tidak ditemukan bukti yang cukup mengenai penciptaan model bisnis baru pada tingkat kantor Gunungsitoli. Inovasi tersebut berkontribusi terhadap keunggulan bersaing melalui peningkatan keteraturan proses, keterlacakan, keamanan, transparansi, kemudahan, dan kepercayaan pelanggan. Kontribusi tersebut diperkuat oleh jaringan, pengalaman, reputasi, dan kemampuan menjangkau wilayah. Namun, manfaat inovasi belum sepenuhnya konsisten karena pembaruan status, pemberitahuan keterlambatan, antrean, gangguan jaringan, dan tindak lanjut keluhan masih menjadi titik lemah. Keunggulan biaya tidak dapat disimpulkan karena data komparatif biaya dan tarif pesaing tidak tersedia. Implementasi inovasi berlangsung melalui identifikasi kebutuhan, penyesuaian kebijakan dengan kondisi lokal, sosialisasi dan pendampingan pegawai, pelaksanaan pada alur penerimaan-pengolahan-pengantaran, koordinasi ketika terjadi kendala, pemantauan, dan perbaikan. Dalam konteks Kepulauan Nias, keberhasilan inovasi ditentukan oleh keterpaduan sistem digital dan operasi lapangan

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2020). *Strategic Management and Competitive Advantage*. Pearson.
- Dewi, et al. (2023). Penelitian mengenai inovasi pelayanan pada PT Pos Indonesia Cianjur.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2023). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Pearson.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage Publications.
- Monika, R., Mariah, & Zaenal, F. R. (2024). Pengaruh Inovasi Layanan Teknologi Aplikasi BRImo dan Kualitas Layanan Customer Service terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Makassar. *Malomo: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 64–76.
- Muharromah, I., Yusuf, Y., & Utami, P. (2024). Inovasi pelayanan melalui aplikasi Pos Aja sebagai upaya menjaga daya saing jasa pengiriman barang di PT. Pos Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(2), 467–476. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10491387>
- Noeridha, N. (2023). Inovasi pelayanan publik berbasis teknologi informasi digital pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Karimun. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 5(1), 32–46.
- Porter, M. E. (2020). *Membangun Keunggulan Kompetitif: Strategi dan Taktik untuk Menciptakan dan Mempertahankan Keunggulan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Qureshi, H. A., & Ünlü, Z. (2020). Beyond the paradigm conflicts: A four-step coding instrument for grounded theory. *International Journal of Qualitative Methods*, 19, 1–10. <https://doi.org/10.1177/1609406920928188>
- Rahmayani, R., et al. (2025). Inovasi Layanan Antar Jemput Paket Surat PT Pos Indonesia. *JOVISHE: Journal of Visionary Sharia Economy*, 4(1), 33–47.
- Sidiq, A., & Rohman, A. (2024). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan di Toko Bangunan Bapak Fairus Modung Bangkalan dalam Perspektif SKB. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6).
- Sisca, et al. (2021). *Manajemen Inovasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2021). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change* (7th ed.). Wiley.
- Untari, D. T. (2024). Optimalisasi Fungsi Pemasaran Digital dalam Memasarkan Natural Base Tourism di Indonesia: Sebuah Kajian Literatur. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 2(3), 123–129.

- Verbyani, V., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh inovasi, orientasi kewirausahaan dan pasar terhadap keunggulan bersaing UKM kuliner. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(3), 875–883. doi:10.24912/jmk.v3i3.13219.
- Walinegoro, B. G., Saputra, G., Inayah, F., & Sari, L. W. (2023). Tata kelola inovasi layanan publik: Program Lasamba (Layanan Sambang Warga) Dinas Sosial Kabupaten Sleman. *Journal of Governance Innovation*, 5(1), 42–60. DOI: 10.36636/jogiv.v5i1.2285.