

## EFEKTIVITAS PROGRAM INOVASI WESELPOS *CASH TO ACCOUNT* DI KANTOR POS TASIKMALAYA

Mikdar Abdul<sup>1</sup>, Husen Saeful Anwar<sup>2</sup>, Faizal Pikri<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Email: [mikdarabdul@gmail.com](mailto:mikdarabdul@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini mendeskripsikan bagaimana efektivitas program Inovasi *Cash to Account* di Kantor Pos Tasikmalaya. Dari penelitian ini dapat dideskripsikan bagaimana pelaksanaan program program Inovasi *Cash to Account* di Kantor Pos Tasikmalaya yang telah lama terselenggara yaitu dari tahun 2015 hingga saat ini. Efektivitas program program Inovasi *Cash to Account* di Kantor Pos Tasikmalaya ini diukur dalam rangka mengetahui sejauh mana keefektifan program program Inovasi *Cash to Account* di Kantor Pos Tasikmalaya mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya yang diketahui dari indikator efektivitas program oleh Ni Wayan Budiani, yaitu ketepatan sasaran program, sosialisasi program, tujuan program, dan pemantauan program. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilaksanakan mendalam oleh peneliti dengan menggunakan teknik *sampling purposeful* dimana peneliti melakukan wawancara kepada manager keuangan kantor pos, manager pelayanan, *customer service* dan pengguna jasa kantor pos. Adapun hasil penelitian menunjukkan belum tercapainya efektivitas program inovasi *cash to account* di kantor pos tasikmalaya.

**Kata Kunci:** Efektivitas, Inovasi, Cash to Account.

### Abstract

*This study describes the effectiveness of the Cash to Account Innovation program at the Tasikmalaya Post Office. From this research, it can be described how the implementation of the Cash to Account Innovation program at the Tasikmalaya Post Office has been held for a long time, from 2015 to the present. The effectiveness of the Cash to Account Innovation program at the Tasikmalaya Post Office is measured in order to determine the extent to which the effectiveness of the Cash to Account Innovation program at the Tasikmalaya Post Office reaches the goals that have been set previously, which are known from the program effectiveness indicators by Ni Wayan Budiani, namely accuracy program targets, program socialization, program objectives, and program monitoring. This study uses descriptive qualitative research methods. Data collection techniques with interviews, observations, and documentation. The in-depth interviews were conducted by researchers using a purposeful sampling technique where the researchers interviewed the post office financial manager, service manager, customer service and post office service users. The results of the study indicate that the effectiveness of the cash to account innovation program at the Tasikmalaya post office has not yet been achieved.*

**Keywords:** Effectivity, Innovation, Cash to Account.

## A. PENDAHULUAN

PT Pos Indonesia merupakan organisasi milik negara yang disibukkan dengan administrasi lalu lintas berita, uang tunai, produk dengan memiliki organisasi bantuan terbesar dan tersebar di seluruh nusantara. Padahal telah melalui penyesuaian sebagai substansi hukum PT. Pos Indonesia yang semula bernama Perum Pos dan Giro menjadi PT Pos Indonesia dimana Perum Pos dan Giro merupakan badan usaha milik negara yang modalnya dapat keluar negeri dengan merubah strukturnya menjadi PT Pos Indonesia, modal yang digunakan dapat muncul dari penawaran kepada masyarakat umum (Valentya et al., 2016).

Dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2009 Pasal 1 ayat 1 disebutkan bahwa pos merupakan layanan komunikasi tertulis dan/atau surat elektronik, layanan paket, layanan logistik, layanan transaksi keuangan dan layanan keagenan pos guna kepentingan umum (Presiden, 2009). Pos merupakan suatu sarana dalam bidang komunikasi dan informasi yang keberadaannya memiliki peran penting dan strategis pada proses pelaksanaan pembangunan, mendukung kegiatan perekonomian, berperan dalam mencerdaskan kehidupan bangsa, mendukung persatuan dan kesatuan serta bagi peningkatan hubungan antar bangsa (Wahyuningsih, 2013).

Dalam pelaksanaannya PT Pos Indonesia tidak hanya menyampaikan produk dan surat tetapi lebih dari itu, PT Pos Indonesia ditempati dengan bursa yang berbeda, khususnya permukiman. Hal tersebut telah tercantum dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1984 tentang Pos yang dapat diduga bahwa PT Pos Indonesia (Persero) memiliki beberapa kapasitas, yaitu mengirim berita dalam bentuk surat pos atau kartu pos, mengirim barang dagangan dalam bentuk bundel, dan mengirim uang tunai yang disebut wesel pos (Presiden, RI, 1984).

Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa kapasitas pos tidak hanya khawatir tentang pengiriman barang tetapi juga mengirim uang melalui wesel pos. Hal tersebut tercantum pada Undang Undang Nomor 6 Tahun 1984 tentang Pos disebutkan bahwa wesel pos merupakan salah satu cara penyelenggaraan pengiriman uang tunai melalui pos (Presiden, RI, 1984). Wesel pos dibagi menjadi dua tergantung pada wilayah pengiriman, untuk lebih spesifik, administrasi global dan lokal. Administrasi global terdiri dari *Western Association*, *Worldwide Express Cash Request (IEMO)*, *Global Cash Request (IMO)*, *PIN BNI Wesel*, *BCA Moment Cash Request*, *BSM Moment Cash Request* dan *CIMB Niaga Moment Cash Request*. Kemudian, weselpos lokal sendiri memiliki 4 macam administrasi, yaitu weselpos momen tertentu, prima weselpos, weselpos *cash to account* dan wesel kemitraan.

Salah satu layanan terbaru dalam weselpos adalah *Cash to Account*. *Cash to Account* dibuat guna membantu masyarakat Indonesia yang tidak mempunyai akun bank untuk tetap bisa mengirim uang ke akun bank dengan waktu tempuh yang cepat. Bank Dunia melalui *Global Findex (Financial Inclusion Index)* menyatakan bahwa 60 juta masyarakat Indonesia yang tidak memiliki akun bank (Fiansyah, 2019).

Pesatnya perkembangan persaingan bisnis saat ini, menuntut para perusahaan harus menciptakan inovasi baru agar mendapatkan nilai tambah terhadap suatu perusahaan. Salah satu strategi bisnis yang unggul dari perusahaan lain PT Pos Indonesia menciptakan sebuah pelayanan yang termasuk paling banyak diminati oleh konsumen yaitu *Weselpos Cash To Account*. *Weselpos* merupakan layanan pengiriman uang dan penerimaan uang dengan memprioritaskan kecepatan, ketetapan, dan keamanan dalam mengirimkan uang tunai secara domestik (nasional) atau luar negeri (internasional). *Weselpos Cash To Account* merupakan pelayanan mengirimkan uang tunai melalui Pos seluruh Indonesia dengan tujuan kepada semua rekening bank yang secara realtime ada di Indonesia (Annisa, 2020)

Layanan pengiriman uang di PT. Pos Indonesia sendiri tidaklah suatu hal yang baru namun layanan *Cash to Account* yang mulai dioperasikan tahun 2015 ini merupakan suatu

terobosan baru yang sebelumnya tidak ada di PT. Pos Indonesia. Adapun hal-hal yang bisa dilihat sebagai pembeda layanan ini dengan layanan-layanan pengiriman uang lainnya di dalam PT. Pos Indonesia sehingga dapat dikatakan sebagai sebuah inovasi yakni: real time, yakni pengiriman tidak membutuhkan proses yang lama sehingga penerima bisa langsung mendapatkan kiriman tersebut dan penerima tidak harus datang ke kantor pos guna mengambil kiriman uang tersebut tetapi bisa langsung diambil melalui ATM penerima atau melalui teller bank karena langsung masuk ke dalam rekening bank penerima.

PT. Pos Indonesia adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai Persero. Pasal 1 angka 2 Undang-Undang 19 Tahun 2003 tentang Usaha Milik Negara menyatakan: “Organisasi Berisiko yang Dibatasi, yang selanjutnya disebut Persero, artinya BUMN sebagai organisasi dengan kewajiban terbatas serta modalnya dipisahkan menjadi keseluruhan saham atau mungkin (51%) penawaran dimiliki yang oleh Republik Indonesia yang memiliki tujuan utama yaitu untuk mencari keuntungan (Presiden, RI, 2003).

Kehadiran artikel ini menegaskan bahwa BUMN tidak hanya sekedar memberi dan berusaha sebaik-baiknya untuk daerah setempat tetapi juga mencari manfaat untuk dukungannya organisasi yang sebenarnya, termasuk PT. Pos Indonesia. Semua administrasi yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia berencana menawarkan jenis bantuan kepada daerah setempat sebagai bagian dari badan publik sekaligus pencari manfaat untuk membantu pengelolaan organisasi yang sebenarnya. Administrasi ini bukan kasus khusus Uang untuk dicatat.

**Tabel 1. Jumlah Pendapatan dan Target Layanan *Cash to Account* di Kantor Pos Tasikmalaya Tahun 2017-2020**

No	Tahun	Jumlah Pendapatan Layanan <i>Cash to Account</i> (Rp)	Target layanan <i>Cash to Account</i> (Rp)	Keterangan
1	2017	29.200.000	60.000.000	(Belum Efektif)
2	2018	21.840.000	70.000.000	(Belum Efektif)
3	2019	21.220.000	70.000.000	(Belum Efektif)
4	2020	4.400.000	70.000.000	(Belum Efektif)

Sumber: Kantor Pos Tasikmalaya (data diolah)

Layanan *Cash to Account* membebankan biaya sebesar Rp. 20.000 untuk setiap transaksinya. Hal tersebut sesuai dengan data yang ditampilkan dalam tabel diatas yang menunjukkan besarnya bea (biaya) yang didapatkan oleh pihak kantor pos ketika melakukan transaksi layanan *Cash to Account*. Biaya inilah yang menjadi keuntungan atau laba dari kantor pos yang kemudian akan digunakan sebagai biaya operasional kantor pos itu sendiri.

Identifikasi masalah berkenaan dengan efektifitas program inovasi *cash to account* di kantor pos tasikmalaya yaitu: a) kurangnya pemahaman masyarakat yang belum banyak mengetahui tentang program *cash to account*; b) kurangnya sosialisasi dari PT Pos Indonesia khususnya kantor pos tasikmalaya kepada masyarakat; c) biaya transaksi yang dikeluarkan kantor pos dalam layanan cukup mahal yaitu Rp. 20.000; dan d) kurangnya komunikasi.

Dalam table ini di jelaskan bahwa target yang harus di capai setiap tahun nya selalu bertambah dari tahun 2017 yaitu 60 juta untuk tahun 2018-2020 yaitu 70 juta, namun hal di sayangkan belum sampe ke titik tersebut karena banyaknya factor-faktor yang menjadi kendala.

Menilik kembali tujuan utama dari diadakannya layanan *Cash to Account* ini adalah sebagai pembantu masyarakat yang tidak memiliki akun bank agar mampu mengirim uang kemanapun sesuai dengan kebutuhan. Alasan lain mengapa diluncurkannya layanan ini karena kantor pos dianggap mampu menjangkau masyarakat di pelosok karena memiliki jaringan yang luas di Indonesia. Namun dalam pelaksanaannya sendiri, layanan ini tidak hanya digunakan oleh masyarakat yang tidak memiliki akun bank namun juga mereka yang

sedang menerima uang dari layanan kantor pos yang kemudian diteruskan ke rekening pelanggan tersebut. Meskipun jumlah transaksi pertahunnya berkurang namun pergerakan kantor pos dalam menggencarkan layanan ini dianggap kurang, terbukti dari kurangnya promosi yang dilakukan yang dikhususkan hanya untuk layanan *Cash to Account* itu sendiri. Begitu pula ketika peneliti menanyai pengguna layanan kantor pos mengenai layanan tersebut, pengguna tidak mengetahui adanya layanan tersebut.

Robin dalam (Djamrud, 2015) memfokuskan pengertian inovasi ke dalam tiga hal, yakni (1) Gagasan baru, hal ini didapatkan dari hasil gagasan pemikiran dalam suatu proses mengamati kejadian yang sedang berlangsung (2) Produk dan jasa, hal ini merupakan kelanjutan dari gagasan baru yang kemudian dilakukan aktivitas, penelitian, kajian serta percobaan yang kemudian menciptakan suatu konsep konkret yang berbentuk produk dan jasa dan telah siap untuk diimplementasikan dan dikembangkan. (3) Upaya perbaikan, hal ini dilakukan secara kontinyu untuk dapat merasakan manfaat dari inovasi tersebut. Berdasarkan teori-teori di atas dapat dilihat bahwa para pakar berpendapat inovasi merupakan penggunaan cara yang baru, yang belum pernah digunakan sebelumnya sehingga menghasilkan sesuatu yang lebih baik daripada sebelumnya. Tidak hanya kebaharuan namun juga inovasi dinilai ada karena perkembangan teknologi sehingga dituntut untuk selalu dinamis sebab itu inovasi dibutuhkan guna bisa mengikuti arus yang ada pelanggan (Djamrud, 2015).

Sesuai dengan Nomor Bulat Pos Indonesia: SE 70/DIRTEKJASKUG/0915 dari Kepala PLT Administrasi Inovasi dan Moneter PT. Pos Indonesia Sehubungan dengan Pelaksanaan Uang Artajasa untuk Pencatatan Administrasi Weselpos, Administrasi Uang untuk Pencatatan weselpos adalah administrasi penyelesaian uang di Mail center yang memanfaatkan Administrasi Weselpos melalui adaptasi Pos Settlement Framework 3.0.3 yang dialihkan ke rekening bank di Organisasi "ATM BERSAMA". Transaksi *Cash to Account* pada dasarnya ada dua namun menjadi satu kesatuan, yakni:

1. Transaksi *Inquiry*, merupakan alur proses untuk melakukan konfirmasi/pengecekan terhadap data-data *beneficiary*. Sumber data yang digunakan adalah Pusat Komputer bank pengelola Rekening Tujuan Nasabah/pelanggan di bank yang bersangkutan.
2. Transaksi Transfer/Pengiriman Uang (Fund Transfer), merupakan alur proses untuk melakukan transaksi Pengiriman Uang dengan mekanisme kredit saldo ke rekening tujuan/*beneficiary account*.
3. Pengirim datang ke kantorpos online lalu transaksi dilakukan di Loker Pos Remittance ke rekening bank yang dituju dengan memasukkan data rekening tujuan/ *Beneficiary Account*, BSU dan informasi kiriman lainnya.
4. Data yang telah dimasukkan kemudian diteruskan ke ARTAJASA yang kemudian disampaikan pusat komputer bank pengelola rekening tujuan, sesuai dengan alur proses transaksi *inquiry*.
5. Pusat komputer bank pengelola rekening tujuan kemudian memberikan responsel informasi atas data yang telah diinput pengirim, lalu diteruskan ke pusat komputer ARTAJASA dan kemudian disampaikan ke loket pos *Remittance* untuk dilakukan verifikasi.
6. Jika data yang telah diinput benar maka atas persetujuan pengirim, data akan ditinjaulanjuti sesuai dengan mekanisme alur transaksi transfer.
7. Pusat komputer ARTAJASA kemudian melakukan pengecekan ke Pooling Account dan meneruskan ke Rekening Tujuan.
8. ARTAJASA akan melakukan pendebitan rekening melalui virtual pos yang digunakan sebagai rekening penampung sebesar nominal produk kiriman ditambah bea kirim untuk ARTAJASA yang selanjutnya akan dilakukan proses kreditir sesuai dengan nominal pokok kiriman ke rekening tujuan Penerima.
9. Setelah dilakukannya kredit saldo, pusat komputer bank pengelola rekening tujuan

akan meresponse status ke pusat komputer ARTAJASA yang kemudian dilanjutkan ke pengirim.

10. Penerima menerima bukti transaksi *Cash to Account*. K. Sebagai bentuk mitigasi financial lost yang dikarenakan status time out di POS/ARTAJASA akan tetapi sukses di bank tujuan maka akan diproses cetak resi sebagai bukti proses kirim dengan keterangan transaksi sedang di proses. Hal ini berarti masih dibutuhkan konfirmasi dari bank tujuan apakah proses berhasil atau tidak (Ayu, 20019).

*Service Level Agreement* (SLA) dalam menangani transaksi tersebut adalah sebagai berikut: a) Informasi status transaksi dapat diketahui berhasil atau tidaknya h+1 sampai dengan h+3 yang disesuaikan dengan mekanisme bank tujuan; b) Proses Refund/ *Reinstatement* Kiriman proses ini dilakukan apabila transaksi yang dilakukan gagal sehingga dilakukan pengembalian uang dengan SLA maksimal 14 hari kerja yang disesuaikan dengan mekanisme di ATMBERSAMA.

Pencairan uang kiriman dapat dilakukan oleh penerima dengan mendebet rekening bank penerima melalui ATM bersama, EDC di merchant yang tersedia ataupun datang ke kantor bank penerima. Landasan Pelaksanaan *Cash to Account* a) Surat edaran Pos Indonesia nomor: SE 70/DIRTEKJASKUG/0915 mengenai implementasi layanan weselpos *Cash to Account* Artajasa; b) Pengaturan partisipasi antara PT. Cicilan Elektronik Artajasa dengan PT. Pos Indonesia (Persero) No. ARTAJASA: 001/PKS.POS/AJ/000/2015 serta No. POS: 01/DIRUT/0115 mengenai layanan pengiriman uang.

Jika dilihat yang telah disebutkan diatas, maka *Cash to Account* bisa dikatakan sebagai sebuah inovasi karena memiliki unsur kebaruan yang berbeda dari produk layanan lainnya di kantor pos. Produk sebelumnya memerlukan waktu lebih lama dalam pelaksanaan pengiriman uang sedangkan pengiriman uang melalui layanan *Cash to Account* dilaksanakan secara real time. Pengadaan layanan ini sendiri telah melalui beberapa tahapan yang menunjukkan bahwa telah melalui tatanan program yang terencana. Ditunjukkan dengan adanya surat edaran PT Pos Indonesia mengenai layanan serta acuan pelaksanaan layanan tersebut. Semua program yang telah melalui tahapan-tahapan terencana sebelum peluncurannya pastilah memiliki tujuan yang ingin dicapai, dalam layanan ini, PT Pos Indonesia memiliki tujuan untuk dapat membantu masyarakat yang tidak memiliki akun bank ataupun masyarakat yang berdomisili jauh dari bank bisa melakukan pengiriman uang secara cepat dan tanpa harus melakukan transaksi di kantor bank. Sebuah program atau produk yang telah mencakup semua ciri-ciri yang menunjukkan bahwa program atau produk tersebut adalah inovasi. Inovasi kemudian dikerucutkan kembali kedalam beberapa jenis inovasi salah satunya adalah inovasi pelayanan publik.

Untuk menemukan bahwa suatu program itu kuat, para spesialis mengajukan beberapa model, sementara seperti yang ditunjukkan oleh Cambel J.P. dalam (Primanda, 2017) perkiraan kelayakan secara keseluruhan adalah: a). Pencapaian program b). Pencapaian target c). Pemenuhan program d). Info dan tingkat hasil e). Pencapaian tujuan umumnya agar kecukupan program bisa dilakukan dengan menggunakan kemampuan operasional pada saat pelaksanaan program kerja sesuai tujuan yang sebelumnya ditetapkan. secara lengkap visibilitas memiliki artian tingkat kemampuan dari suatu perkumpulan atau lembaga untuk memiliki pilihan dalam menyelesaikan seluruh tugas pokok atau mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya (Primanda, 2017).

Budiani dalam (Primanda, 2017) mengemukakan bahwa efektivitas diukur dari hal hal berikut, yaitu : a). Ketetapan sasaran program, untuk lebih spesifiknya yaitu sejauh mana klien program secara langsung berada pada target yang sebelumnya telah ditetapkan b). Sosialisasi program, secara khusus yaitu merupakan kemampuan pengelola untuk mengarahkan sosialisasi program sehingga data dan informasi pelaksanaan program sampai ke masyarakat umum.c). Tujuan program, secara khusus merupakan sejauh mana

konsekuensi pelaksanaan program sesuai dengan target yang telah ditentukan. d). Mengamati kegiatan, hal ini dilaksanakan sesuai pemberian hasil dari program sebagai bentuk perhatian kepada pelanggan.

Penelitian terdahulu dari penelitian ini, yang pertamaberjudul “Penerapan Weselpos *Cash to Account* untuk menunjang layanan pengiriman uang ke rekening BANK PT. Pos Indonesia Cabang Utama Padang”. Oleh (Fitri, 2020). Penelitian ini membahas mengenai tata cara dalam pengiriman Weselpos *Cash To Account* dilaksanakan dengan sistem zonasi regional. Di Kantor pos utama Padang, pelaksanaan layanan Weselpos *Cash To Account* ini menggunakan ATM Prima Dan Bank BCA. Dalam hal ini, konsumen di haruskan untuk mengisi form pengiriman dengan lengkap. Kemudian, petugas loket akan mengentry kiriman sub menu pada layanan, memilih jenis bank penerima dan mengisi nomor rekeningnya. Bank yang bersangkutan tersebut kemudian akan secara otomatis menerima informasi tersebut dan kemudian petugas loket akan memverifikasi data tersebut dan resi pengirimanpun dapat dicetak dan diberikan kepada pengirim yang bersangkutan. Kendala yang dihadapi dalam penerapan Weselpos *Cash To Account* adalah terjadinya pembatalan transaksi yang diminta oleh konsumen, terjadinya kesalahan sistem transaksi sedang diproses, transfer dana belum masuk ke rekening penerima padahal sudah ada bukti resi pengiriman, terjadinya *refund* kiriman, listrik mati, dan juga masalah jaringan sistem *Pos Remittance*. Solusi untuk mengatasi kendala yang dihadapi dalam penerapan weselpos *cash to account* didalam pembatalan transaksi dilakukan oleh pihak bank bersangkutan tetapi pembatalan transaksi sulit dilakukan karena sifatnya *real time* langsung masuk ke rekening penerima, transaksi sedang diproses disebabkan oleh bank yang bersangkutan maka dari itu petugas loket langsung menghubungi pihak bank, *refund* juga dilakukan pihak bank bersangkutan mengirim kembali uang tersebut ke loket pos, terjadinya listrik mati langsung menghubungi Kantor Pusat melakukan tutup *bacsheet*.

Penelitian terdahulu kedua ialah penelitian dari (Ngadimin, 2015) yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Uang Melalui Wesel Pos Instan Di PT. Pos Indonesia Cabang Sintang”. Penelitian ini melakukan proses pengumpulan data yang diambil melalui penyebaran kuesioner kepada 1000 pengguna layanan terkiat sebagai responden, yang kemudian data dari hasil pengisian kuesioner tersebut dianalisis menggunakan metode ServQual. Dari hasil penelitian diperoleh skor servQual perdimensi sebagai berikut : Keandalan sebesar -0,25, Bukti fisik sebesar -0,21, Empati sebesar -0,32, jaminan sebesar -0,26 dan daya tanggap sebesar -0,40. Dari hasil analisis tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tersebut belum baik.

Jika Anda melihat apa yang telah dirujuk di atas, uang tunai kemajuan Weselpos *Cash to account* di Kantor Pos Tasikmalaya dilihat dari dasar permasalahan di atas, hal ini masih belum dapat dijalankan. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui dan mendeskripsikan efektifitas program *cash to account* di kantor pos tasikmalaya dan untuk menemukan upaya apa yang dapat dilakukan sehingga layanan *cash to account* ini dapat bertambah di kemudian hari.

## B. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif merupakan proses menyelidiki suatu permasalahan didasarkan pada gambaran menyeluruh disajikan menggunakan kata-kata, pandangan informan, kemudian disusun dalam latar alamiah (Silalahi, 2012). Sumber primer penelitian ini berasal dari Kantor Pos Tasikmalaya. Data tersebut diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilaksanakan mendalam oleh peneliti dengan menggunakan teknik sampling purposive dimana peneliti melakukan wawancara kepadamanager keuangan kantor Pos, manager pelayanan, customer service dan pengguna jasa kantor pos. Sedangkan sumber data sekunder

penelitian ini yaitu internet dan literatur ilmiah seperti buku, skripsi, artikel, jurnal, serta undang-undang yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi, wawancara dan studi dokumentasi (Creswell, 2016). Pada saat observasi peneliti mendapat gambaran mengenai kondisi di lapangan dimana ada tahap observasi ini peneliti mengunjungi dan melakukan pengamatan pada Kantor Pos Tasikmalaya. Wawancara dilaksanakan mendalam oleh peneliti dengan menggunakan Teknik *sampling purposeful* dimana peneliti melakukan wawancara kepada 4 orang yang berkompeten dibidangnya yaitu manager keuangan kantor pos, manager pelayanan, pegawai loket dan pengguna jasa kantor pos. Sedangkan studi dokumentasi merupakan metode dalam penelitian kualitatif yang mana dengan studi dokumentasi peneliti dapat melihat serta menganalisis berbagai dokumen mengenai suatu subjek. Dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan bahan audio-visual berupa perekam yang digunakan pada saat wawancara kepada informan. Hal tersebut bertujuan untuk memahami paparan yang telah dijelaskan oleh informan secara lebih rinci dan memungkinkan tidak adanya yang terlewat mengenai informasi yang disampaikan oleh informan.

Miles dan Huberman dalam (Sugiono, 2013) menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif analisisnya dilakukan dengan interaktif dan berlangsung terus menerus hingga tuntas. Adapun langkah analisis tersebut sebagai berikut :1). *Data Reduction* (Reduksi Data) Reduksi data yaitu melakukan perangkuman atau memilih hal-hal yang dianggap penting yang kemudian tema dan polanya akan dicari. Hasil dari reduksi data ini akan menghasilkan gambaran lebih jelas sehingga akan memudahkan dalam langkah selanjutnya karena data akan mudah dicari apabila diperlukan. 2). *Data Display* (Penyajian Data), hal ini dilakukan dengan menggunakan paparan singkat, bagan dan lainnya. Penyajian data pada penelitian kualitatif bersifat narasi. 3). *Conclusiuon Drawing/verification*, pada awalnya kesimpulan yang diambil bersifat sementara dan apabila pada tahap pengumpulan data selanjutnya tidak ditemukan bukti pendukung yang kuat, maka kesimpulan dapat berubah. Namun, apabila sejak awal kesimpulan telah memiliki bukti yang konsisten serta valid maka kesimpulan yang diambil sejak awal merupakan kesimpulan yang kredibel.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah penelusuran lebih lanjut peneliti kemudian menggali informasi-informasi terhadap para narasumber untuk dimintai keterangan mengenai Efektifitas Program Inovasi *Cash to Account*. Peneliti menganalisa dengan mengacu kepada *empat* unsur strategi yaitu ketetapan sasaran program, sosiasasi program, tujuan program dan pemantauan.

#### 1. Ketetapan Sasaran

Menurut (Makmur, 2011) Ketepatan sasaran ialah sejauhmana tingkat kesesuaian antara penerima program dan kriteria yang telah ada. Ketepatan Sasaran yaitu sejauh mana peserta program tepat dengan sasarannya yang sudah ditentukan sebelumnya. Kelompok sasaran program ini ialah masyarakat yang belum mempunyai akun bank. Berdasarkan kepada tujuan yang sebelumnya telah ditentukan, terangkum beberapa kegiatan program inovasi *cash to account* yang ditujukan secara khusus kepada kelompok sasaran masyarakat menengah kebawah. Program-program yang diadakan kantor pos diharapkan akan sampai pada kelompok sasaran program secara tepat, adapun kelompok sasaran program ini yakni semua kalangan masyarakat khususnya masyarakat yang belum mempunyai akun bank, sehingga akan dapat diketahui sejauh mana keefektifan dari program Inovasi *Cash to Account di Kantor Pos Tasikmalaya*. Subagjo dalam Budiani menyatakan bahwa efektivitas merupakan kesesuaian antara output dengan tujuan yang sebelumnya telah ditentukan. Adapun output yang dimaksud pada penellitian ini ialah untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan

transaksi uang. Untuk dapat melakukan pengukuran terhadap efektivitas program ialah dengan melakukan pengukuran terhadap salah satu indikator yang telah dikemukakan oleh Budiani yaitu ketepatan program sasaran. Budiani sebelumnya telah mengemukakan bahwa ketepatan program ialah sejauhmana peserta sasaran dengan sasaran yang sebelumnya telah ditentukan. Keuangan manager kantor pos mengatakan:

“Dalam hal ini inovasi *cash to account* yang di luncurkan oleh PT. Pos Indonesia sudah tepat sasaran sehingga dapat memudahkan pengguna jasa dalam pengeriman uang, karena di Tasikmalaya sendiri banyaknya masyarakat yang belum mempunyai akun bank” (Wawancara, Senin 15 November 2021).

“Layanan *Cash to Account* membebaskan biaya sebesar Rp. 20.000 untuk setiap transaksinya” (Wawancara, Senin 15 November 2021)

“Kantor Pos Indonesia mempunyai jaringan yang luas. Hal ini dapat dilihat dari kepemilikan 4000 Cabang yang telah tersebar diseluruh wilayah Indonesia sehingga akan memudahkan masyarakat yang tidak mempunyai rekening bank ataupun yang berdomisili jauh dari kantor cabang perbankan untuk dapat melakukan penyetoran uang tunai yang saat ini dapat dilakukan melalui *Weselpos Cash to Account* yang ada di Kantor Pos.”(Wawancara, Senin 15 November 2021)

Setelah mendengarkan percakapan dari stakeholder yang bersangkutan bisa dipahami ada beberapa contoh aspek yang disebutkan dampak positif atau negatifnya dalam hal biaya admin meskipun tujuannya adalah baik pasti ada saja dampak yang diterima oleh masyarakat. Dampak negatifnya cukup terbilang mahal biaya administrasi yang di keluarkan oleh kantor pos itu sendiri. Dampak positif dari program inovasi untuk memudahkan bagi masyarakat sendiri. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa untuk indikator ketepatan sasaran pada program *Weselpos Cash to Account* telah efektif.

## 2. Sosialisasi Program

Menurut Soerjono Soekanto (2016), sosialisasi merupakan suatu proses dalam mengkomunikasikan kebudayaan baru kepada masyarakat. adapun yang dimaksud “kebudayaan” dalam penelitian ini ialah program inovasi *cash to account* yang memiliki target sosialisasi yaitu masyarakat yang menjadi sasaran dari program *cash to account*. Selain itu juga, sosialisasi ialah sejauhmana kemampuan dari penyelenggara dalam mensosialisasikan program kepada masyarakat atau sasaran program, dimana pada sosialisasi ini harus berusaha untuk menyebarkan dan mengenalkan informasi terkait program inovasi *cash to account* kepada masyarakat sebagai sasaran program inovasi *cash to account* supaya didapatkan pemahaman yang menyeluruh mengenai hal hal yang berkaitan dengan program inovasi *cash to account*.

Untuk mencapai tujuan yang diinginkan pastinya dilakukan usaha-usaha agar tujuan tersebut tercapai. Begitupun dengan Kantor Pos Tasikmalaya. Mereka sudah melakukan *sounding* yang berupa sosialisasi serta promosi di social media. Kegiatan tersebut diharapkan mampu untuk memberitahu masyarakat mengenai adanya layanan tersebut. Hal itu diutarakan oleh Manajer Pelayanan Kantor Pos Tasikmalaya:

“Kami sudah pernah melakukan sosialisasi di jalan KHZ. Mustofa dan promosi di social media seperti Instagram. Bisa dilihat di instagram kantor pos Tasikmalaya disitu ada unggahan mengenai *cash to account*. Tetapi sosialisasi di jalan KHZ. Mustofa tidak hanya mengenai *cash to account* tapi layanan kantor pos secara keseluruhan belum dikhususkan untuk *cash to account*” (Wawancara, Senin 15 November 2021)

Pernyataan tersebut didukung dengan apa yang dikatakan oleh Manajer Keuangan Kantor Pos Tasikmalaya sebagai berikut:

“Jelas kami melakukan promosi, baik itu melalui banner, media sosial bahkan juga melalui radio kami lakukan. Jadi dapat dikatakan semua media yang ada kami gunakan untuk



memperkenalkan atau mempromosikan bahwa di kantor terdapat layanan untuk mentransfer uang dari kantor pos ke rekening yaitu berupa *cash to account*. Kalau secara khusus untuk sosialisasi layanan *cash to account* ini saja tidak dilakukan. Tapi manakala ada acara yang dilangsungkan kami sisipkan untuk mempromosikan layanan *cash to account* ini. Juga pada saat event-event kami membagikan brosur layanan yang ada di kantor pos.” (Wawancara, Senin 15 November 2021)

Dibawah ini adalah foto ketika dilangsungkannya promosi oleh Kantor Pos Tasikmalaya. Promosi ini tujuan utamanya adalah Fast Post yang diikuti dengan promosi layanan lainnya yang ada di Kantor Pos Tasikmalaya:



**Gambar 1. Promosi di Jl. KHZ. Mustofa, Tasikmalaya**

Sumber: Dokumentasi Kantor Pos Tasikmalaya (2018)

Namun sangat disayangkan bahwa sosialisasi yang dilakukan tidak cukup besar dan masih bersifat umum sehingga hanya mempromosikan layanan kantor pos secara umum tidak tertuju pada *Cash to Account* saja jadi keberadaan layanan tersebut belum diketahui masyarakat secara luas. Hal ini dibuktikan dengan pertanyaan singkat yang diberikan peneliti untuk pelanggan Kantor Pos Tasikmalaya secara umum mengenai adanya layanan tersebut yang kemudian dijawab oleh pelanggan tidak mengetahui adanya layanan tersebut.

Ketidak tahuan tersebut juga diutarakan oleh pengguna *Cash to Account* sebagai berikut: “Saya sebenarnya tidak tahu kalau ada layanan seperti ini di kantor pos. Saya di beri tahu sama pemilik online shop kalau bisa kirim uang lewat kantor pos. Tadinya saya sama sekali tidak tahu tentang layanan ini. Tidak pernah tahu ada sosialisasi layanan ini juga”. (Wawancara, Senin 15 November 2021)

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa untuk indikator sosialisasi program dalam mengukur efektivitas program inovasi *cash to account* belum efektif.

### 3. Tujuan Program

Setelah melewati dua tahapan sebelumnya selanjutnya menuju tujuan program yang dimana tujuan program ini untuk memudahkan masyarakat dalam pengiriman uang. Hal ini di sampaikan langsung oleh Charles Sitorus di kutip dari website (PT Pos indonesia, n.d.)beliau mengatakan “Weselpos *Cash to Account* bertujuan untuk memberikan kemudahan nasabah Pos Indonesia dalam melakukan transaksi pengiriman uang tunai melalui seluruh Agen pos atau Kantor pos yang telah tersebar luas dan dapat mengirimkan ke 150 Bank di Indonesia melalui jaringan yang disediakan oleh Instamoney” Jumat (9/04/21). Tujuan lain dari dikeluarkannya layanan ini adalah membantu masyarakat yang hendak mengirim uang secara realtime namun tidak memiliki rekening serta sudah melewati jam operasional bank. Jam

operasional bank pada umumnya adalah pukul 08.00-15.00.

Pengiriman uang melalui kantor pos dengan layanan *cash to account* memang tidak memakan waktu yang cukup lama, setelah pegawai loket memasukkan data kedalam sistem maka secara otomatis uang yang dikirim akan masuk ke dalam rekening bank yang diinginkan. Tidak adanya keluhan mengenai ketepatan waktu layanan ini menunjukkan bahwa pengiriman uang melalui *Cash to Account* memang dilakukan secara realtime.

Kantor Pos Tasikmalaya memiliki jam operasional yang lebih panjang daripada Kantor Pos lainnya. Kantor Pos Tasikmalaya buka dari pukul 8 pagi dan tutup pada pukul 10 malam yang kemudian dilanjutkan dengan adanya agen pos yang berupa mobil pos di halaman depan Kantor Pos Tasikmalaya. Agen pos yang ada di halaman depan Kantor Pos Tasikmalaya ini hanya terdapat satu loket yang mulai melayani hingga pagi hari sehingga tetap bisa menjalankan pelayanan

Tentunya hal ini membantu pengiriman dari masyarakat logistic ataupun uang. Namun sayangnya, dibukanya layanan agen pos berupa mobil pos ini tidak serta merta dapat memberikan seluruh layanan yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia. Agen pos ini hanya bisa memberikan layanan berupa pengiriman barang sedangkan pengiriman uang melalui *cash to account* hanya bisa dilakukan sampai pukul 8 malam dikarenakan sistem yang ada hanya bisa digunakan sampai pukul 8 malam. Terbatasnya jam layanan pengiriman uang membuat layanan ini belum maksimal jika dilihat dari sisi jam pelayanannya.

Pernyataan mengenai jam operasional layanan tersebut diutarakan oleh Manager Pelayanan Kantor Pos Tasikmalaya:

“Layanan ini hanya bisa dilakukan sampai jam 8 malam saja, Server yang ada jam 8 malam sudah mati jadi tidak bisa mengakses system untuk mentransfer uang” (Wawancara, 17 November 2021)

Jam operasional serta ketersediaan layanan tersebut dikonfirmasi oleh pegawai *customer service* yang dulu berada di bagian loket: “*Cash to Account* hanya bisa sampai jam 8 malam. Dimulai dari jam buka kantor yaitu jam 8 pagi. Selebihnya tidak bisa” (Wawancara, 17 November 2021).

Dapat disimpulkan dari dua narasumber diatas bahwa *Cash to Account* hanya bisa dilakukan dari jam 8 pagi hingga 8 malam. Di luar dari jam tersebut tidak bisa melakukan transaksi. Hal ini membuat tujuan lain dari layanan ini belum terpenuhi secara optimal yakni membantu masyarakat untuk mengirim uang diluar jam kerja bank yaitu pukul 8 pagi hingga 3 sore. Tujuan tersebut dilontarkan oleh salah satu pegawai Customer Service:

“Tujuannya untuk menjaring pelanggan yang ingin mentransfer uangnya ke bank pada hari sabtu dan minggu dimana bank tutup sehingga kami dapat melayani untuk mentransfer uang ke bank pada hari tersebut. Dan juga pada hari senin hingga jumat bank hanya buka hingga jam tiga sedangkan kantor pos bisa melayani sampai jam delapan malam. Sehingga kantor pos bisa memberikan solusi kepada pelanggan yang ingin mentransfer uangnya pada di atas jam tiga sore atau pada hari sabtu dan minggu”. (Wawancara, 17 November 2021)

Dilihat secara keseluruhan dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari diadakannya layanan *cash to account* sudah menimbulkan dampak yang positif dikalangan penggunanya namun belum begitu maksimal jika dilihat dari segi jam operasionalnya yaitu pukul 8 pagi hingga 8 malam dan pukul 7 pagi hingga 12 siang pada hari minggu dan libur nasional.

#### 4. Pemantauan

Budiani mengemukakan bahwa salah satu indikator dalam mengukur efektivitas program ialah indikator pemantauan. Pemantauan ini dilakukan setelah program diluncurkan sebagai sebuah bentuk perhatian terhadap masyarakat atau peserta program. Dengan melakukan pemantauan maka akan dapat diketahui apakah program telah berhasil memberi

dampak positif kepada masyarakat atau belum. Hal ini juga penting dilakukan untuk dapat mengidentifikasi apabila adanya ketidaksesuaian antara apa yang telah direncanakan dan apa yang terjadi pada saat pelaksanaan sehingga akan lebih menemukan dan mengetahui hal yang masih menjadi kekurangan dan solusi dari permasalahanpun dapat segera dicari. Secara singkat, pemantauan program ini bertujuan untuk memastikan kesesuaian antara pelaksanaan dan tujuan atau sasaran dari kebijakan yang sedang diimplementasikan. Dalam hal manager keuangan kantor pos menyatakan;

“Untuk pemantauan itu kita pihak kantor pos sudah pernah melakukan secara tahunan, yang kita lakukan itu pertama bagaimana perkembangan dan permasalahannya sehingga pada saat pelaksanaan program akan dapat berjalan sesuai dengan rencana yang sebelumnya telah dibuat” (Wawancara, 17 November 2021).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Kantor pos Tasikmalaya telah melaksanakan pemantauan pada program inovasi *Cash to Account Pemantauan yang dilakukan tersebut bertujuan untuk melakukan identifikasi terhadap permasalahan yang timbul untuk kemudian dapat ditemukan solusi penyelesaiannya*, selain itu juga bertujuan untuk dapat mengetahui bagaimana keterkaitan antara kegiatan dan tujuan sehingga pelaksanaan program dalam kemajuabn, serta untuk mengathui kesesuaian antara rencana dan pelaksanaan prohrum dilapagan.Namun, dalam hal ini yang di sayang kan belum ada adanya sosialisasi lagi dari pihak Kantor Pos Tasikmalaya kepada masyarakat.

Hal senada juga dikatakan oleh Manager Pelayanan, berikut:

“Betul, kami Kantor Pos telah melakukan pemantauan terhadap layanan inovasi. Hal pertama yang kamilakukan ialah mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan inovasi *Cash To Account*, lalu setelah itukamimelakukan monitoring dan juga evaluasi” (Wawancara, 17 November 2021)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka dapat diketahui bahwa terdapat tahapan-tahapan dalam pemantauan yang dilakukan. Yaitu yang pertama mengumpulkan data-data, data-data dimaksudkan data atau hasil seberapa banyak pengguna jasa layanan *cash to account* ini. Kemudian ada monitoring dan evaluasi yang dilakukam untuk dapat mengetahui bagaimana perkembangan program, apa permasalahan dan hambatan yang terjadi serta bagaimana upaya yang dapat dilakukan untuk melaksanakan program sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Namun hal yang disayangkan yang terjadi di lapangan walaupun setiap tahun selalu ada evaluasi mengenai layanan *cash to account* sampai saat ini belum ada lagi pemberitahuan/iklan mengenai layanan *cash to account* kepada masyarakat, khususnya daerah Tasikmalaya ini.

#### **D. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa program inovasi Waselpos *Cash to Account* di Kantor Pos Tasikmalaya belum efektif. Hal ini dapat dilihat dari empat indikator yang digunakan peneliti, masih terdapat satu indikator yang belum efektif yaitu indikator sosialisasi karena masih kurangnya sosialisasi yang dilakukan kepada masyarakat. Sedangkan tiga indikator lainnya yaitu indikator Ketepatan Sasaran Program, Sosialisasi Program, Tujuan Program, dan Pemantauan telah berjalan efektif..

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ayu, D. (2019). Analisis Best Practice Inovasi Cash to Account di Kantor Pos Solo. Universitas Sebelas Maret.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Bramantyo, S. N. (2018). *Inovasi Pendaftaran Online di Rumah Sakit Umum Daerah KRMT Wongsonegoro Kota Semarang* (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences).
- Annisa, F. N. (2020). *Penerapan Weselpos C2A (Cash to Account) Untuk Menunjang Pelayanan Pengiriman Tunai ke Rekening Bank Pada PT. Pos Indonesia Cabang Utama Padang* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Pasaribu, S. E. (2017). Pengaruh Pengawasan terhadap Efektivitas Kerja Pegawai pada Dinas Kebersihan, Pertamanan dan Pencegahan Kebakaran Kota Padangsidimpuan. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(2).
- Ngadimin, N., Yasmin, D., & Hariyanto, D. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Uang Melalui Wesel Pos Instan di PT. Pos Indonesia Cabang Sintang. *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 4(2).
- Primanda, R. (2017). Efektivitas Program SMS Gateway Pada Masyarakat Oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Bintan. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 5(2), 5.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN)
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pos
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan
- Valentyna, C., Tua, H., & Si, M. (2016). Inovasi Pelayanan PT Pos Indonesia dalam Menghadapi Persaingan Jasa Pengiriman Uang (Study Kasus di PT Pos Indonesia Cabang di Pekanbaru. *Jom Fisip*, 3(2), 1–15.
- Wahyuningsih, S. (2013). Pengembangan Layanan Jasa Pengiriman PT. Pos Indonesia untuk Kebutuhan Masyarakat di Kota Bandung. *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*, 3(1), 19-48.