


Implementasi Perencanaan Layanan Jasa Keuangan Digital untuk Meningkatkan Aksesibilitas Masyarakat pada PT. Pos Indonesia

¹⁾Nur Latifah Royhannah*, ²⁾Sugeng Purwanto

^{1,2)}Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Indonesia.

Email Corresponding: 23012010098@student.upnjatim.ac.id,
sugengpurwanto.mnj@upnjatim.ac.id*

| INFORMASI ARTIKEL | ABSTRAK |
|--|---|
| <p>Kata Kunci: Implementasi Perencanaan Layanan Keuangan Digital Literasi Keuangan Inklusi Keuangan PT. Pos Indonesia</p> | <p>Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Divisi Jasa Keuangan PT. Pos Indonesia (Persero) Regional V Surabaya. Fokus kegiatan diarahkan pada pengolahan data layanan digital, penyusunan program strategis, serta aktivasi produk-produk keuangan digital seperti PosAja!, PosPay, QRIS POS, Weselpos Instan, dan Giropos. Tujuan kegiatan ini adalah untuk mendukung implementasi perencanaan layanan jasa keuangan digital pada PT. Pos Indonesia untuk meningkatkan aksesibilitas masyarakat terhadap layanan keuangan yang inklusif dan mudah dijangkau. Serta meningkatkan literasi dan aksesibilitas masyarakat terhadap layanan keuangan digital seperti Pospay, Weselpos Instan, dan Giropos. Namun, di wilayah Regional V Surabaya tingkat pemanfaatan layanan ini masih rendah karena kurangnya literasi keuangan, minimnya sosialisasi, serta rendahnya kepercayaan terhadap keamanan transaksi digital. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara dengan petugas, analisis data transaksi dan keterlibatan partisipatif untuk memperoleh gambaran objektif terkait alur kerja, operasional layanan, serta pemahaman masyarakat terhadap layanan digital, dan berperan aktif dalam sosialisasi, serta membantu pegawai dalam mengenalkan layanan digital. Hasil menunjukkan bahwa perencanaan layanan digital berbasis data dan analisis kebutuhan dapat memperkuat strategi perusahaan dalam memperluas jangkauan layanan, dan meningkatkan efisiensi transaksi layanan keuangan digital.</p> |
| <p>Keywords: Planning Implementation Digital Financial Services Financial Literacy Financial Inclusion PT. Pos Indonesia</p> | <p>This community service activity was carried out at the Financial Services Division of PT. Pos Indonesia (Persero) Regional V Surabaya. The focus of the activity was directed at processing digital service data, developing strategic programs, and activating digital financial products such as PosAja!, PosPay, QRIS POS, Instant Weselpos, and Giropos. The purpose of this activity is to support the implementation of digital financial services planning at PT. Pos Indonesia to increase public accessibility to inclusive and accessible financial services. As well as increasing public literacy and accessibility to digital financial services such as Pospay, Instant Weselpos, and Giropos. However, in Regional V Surabaya, the utilization rate of this service remains low due to a lack of financial literacy, minimal socialization, and low trust in the security of digital transactions. The methods used include observation, interviews with officers, transaction data analysis and participatory engagement to obtain an objective picture of the workflow, service operations, and public understanding of digital services. The program also actively participates in socialization and assists employees in introducing digital services. The results show that data-driven digital service planning and needs analysis can strengthen the company's strategy in expanding service reach and increasing the efficiency of digital financial service transactions.</p> <p style="text-align: right;">This is an open access article under the CC-BY-SA license.</p> <div style="text-align: right;">  </div> |

I. PENDAHULUAN

PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di bidang jasa pengiriman / ekspedisi pos nasional atau internasional yang didirikan pada tahun 1746 oleh Gub.

Jendral G. W Baron Van Imhoft. Awal mulanya PT. Pos Indonesia hanya bergerak dalam bidang jasa pengiriman surat dan paket. Kemudian mengembangkan layanannya yaitu ekspedisi, surat / paket, jasa finansial, serta logistik barang dan memiliki jaringan pelayanan terbesar dan tersebar di seluruh pelosok tanah air. Menurut dewi et al. (2023) Inovasi-inovasi yang ada masih belum menjawab semua tantangan organisasional yang di hadapi PT. Pos Indonesia karena inovasi produk dan proses belum mampu mengatasi masalah organisasional yang dihadapi terkait dengan kualitas dan kuantitas SDM. Oleh karena itu, Perlunya perluasan bentuk inovasi, tidak hanya pada inovasi produk dan proses saja agar mampu menjawab tantangan organisasional terkait dengan kualitas dan kuantitas SDM.

PT. Pos Indonesia berperan penting sebagai lembaga jasa keuangan non-bank yang turut mendukung program pemerintahan menuju *cashless society* dan inklusi keuangan nasional. Literasi keuangan tidak hanya mencakup pemahaman konsep dasar tentang keuangan tetapi juga kemampuan untuk membuat keputusan yang bijak tentang produk dan layanan keuangan formal (Amini et al., 2025). Literasi keuangan sangat berkaitan erat dengan pengelolaan keuangan dimana semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin baik pula pengelolaan keuangannya. Maka dari itu penting sekali masyarakat menerapkan literasi keuangan dan sikap keuangan serta mengatur pendapatan agar mampu menjadi masyarakat yang pandai mengelola keuangan dan hidup lebih sejahtera dimasa yang akan datang (Agustiar et al., 2025).

Kegiatan magang yang dilakukan di lingkungan PT. Pos Indonesia difokuskan pada pengembangan implementasi perencanaan layanan jasa keuangan digital, dengan tujuan meningkatkan aksesibilitas masyarakat terhadap berbagai produk keuangan. Seluruh rangkaian kegiatan diarahkan untuk memperkuat fondasi transformasi digital Pos Indonesia agar mampu bersaing dengan ekosistem keuangan modern lainnya, seperti perbankan dan fintech.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong transformasi signifikan dalam sektor layanan publik, termasuk layanan jasa keuangan. Digitalisasi menjadi kunci utama dalam memperluas akses keuangan masyarakat dan meningkatkan efisiensi layanan. Selain itu, digitalisasi layanan keuangan terbukti mampu memperkuat ekosistem ekonomi digital nasional. Maharani & Sari (2025) menegaskan bahwa transformasi digital dalam layanan keuangan merupakan langkah strategis dalam menyongsong era baru keuangan digital yang menuntut kecepatan, kemudahan, dan keamanan transaksi. Hal ini sejalan dengan temuan Assyifa et al. (2025) yang menjelaskan bahwa literasi keuangan digital, persepsi keamanan, dan kemudahan penggunaan teknologi pembayaran seperti QRIS berpengaruh signifikan terhadap perilaku transaksi dan peningkatan pendapatan pelaku UMKM. Meskipun demikian, tingkat literasi digital yang belum merata serta rendahnya familiaritas layanan digital di beberapa wilayah menjadi tantangan dalam mengoptimalkan pemanfaatan layanan digital PT. Pos Indonesia. PT. Pos Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara yang memiliki lima jenis pelayanan yaitu surat dan paket, jasa keuangan, logistik, ritel, dan properti. Dalam bidang jasa layanan keuangan, PT. Pos Indonesia (Persero) menciptakan inovasi baru berupa layanan aplikasi "Pospay" yang bertujuan untuk mendekatkan layanan kantor pos kepada masyarakat dan mendukung Strategi Nasional dalam peningkatan inklusi keuangan di Indonesia (Setyaningsih & Ninghardjanti, 2024).

Kajian literatur terdahulu menunjukkan bahwa sebagian besar penelitian berfokus pada penelitian digitalisasi sistem pembayaran secara signifikan meningkatkan inklusi keuangan, namun terdapat tantangan seperti literasi digital yang belum merata, keterbatasan infrastruktur, dan kekhawatiran terhadap keamanan transaksi digital (Fadhilah, 2025). Akan tetapi, sebagian besar kajian tersebut berfokus pada sektor perbankan dan perusahaan financial technology (fintech). Fintech telah berperan penting dalam memperluas akses ke layanan keuangan bagi populasi yang sebelumnya tidak terlayani secara tradisional. Dengan pertumbuhan penetrasi smartphone dan internet di wilayah-wilayah berkembang, platform fintech seperti e-wallets dan peer-to-peer lending telah memberikan akses ke layanan keuangan yang lebih murah dan mudah diakses (Feriyanto et al., 2024).

Peran PT. Pos Indonesia sebagai lembaga jasa keuangan non-bank dalam mengimplementasikan layanan keuangan digital, terutama pada tingkat regional dan dalam konteks interaksi langsung dengan masyarakat, masih relatif terbatas. Selain itu, meskipun PT. Pos Indonesia mencatat peningkatan transaksi digital melalui aplikasi PosPay, belum banyak penelitian yang mengkaji secara empiris bagaimana proses implementasi layanan tersebut dijalankan di tingkat operasional serta dampaknya terhadap peningkatan aksesibilitas dan literasi digital masyarakat di wilayah kerja tertentu.

Permasalahan yang menjadi fokus kajian ini adalah bagaimana implementasi layanan keuangan digital di Kantor Pos Regional V dapat meningkatkan aksesibilitas masyarakat terhadap layanan keuangan serta apa saja tantangan yang dihadapi dalam proses pelaksanaannya. Oleh karena itu, tujuan dari artikel ini adalah untuk mendeskripsikan proses implementasi layanan keuangan digital PT. Pos Indonesia di Kantor Pos Regional V dan menganalisis kontribusinya terhadap peningkatan aksesibilitas serta literasi digital masyarakat.

II. MASALAH

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Divisi Jasa Keuangan PT. Pos Indonesia (Persero) Regional V Surabaya menunjukkan bahwa tingkat pemanfaatan layanan keuangan digital seperti PosPay, PosAja!, Weselpos Instan, Giropos, dan QRIS POS masih rendah di kalangan masyarakat. Meskipun infrastruktur layanan telah disediakan perusahaan dan mendukung agenda nasional mengenai inklusi keuangan, belum memanfaatkan layanan digital secara optimal. Masyarakat di wilayah Regional V Surabaya masih menghadapi berbagai kendala dalam memanfaatkan layanan keuangan digital yang disediakan oleh PT. Pos Indonesia, seperti:

1. Rendahnya literasi keuangan dan literasi digital yang menyebabkan masyarakat belum memahami manfaat, prosedur penggunaan layanan, serta keamanan transaksi keuangan berbasis teknologi dan sistem pembayaran elektronik lainnya.
2. Minimnya sosialisasi dan edukasi dari pihak Pos Indonesia, sehingga masyarakat belum sepenuhnya mengetahui cara penggunaan aplikasi.
3. Rendahnya kepercayaan terkait keamanan data dan risiko penipuan digital yang membuat sebagian masyarakat enggan beralih dari transaksi manual ke layanan digital.
4. Kebiasaan masyarakat terhadap sistem manual, seperti pembayaran langsung di loket, sehingga adaptasi ke sistem digital membutuhkan waktu.
5. Keterbatasan data perencanaan berbasis kebutuhan pengguna juga menjadi tantangan, karena tanpa analisis kebutuhan yang tepat, strategi aktivasi layanan yang dilakukan perusahaan tidak dapat sepenuhnya menargetkan kelompok masyarakat yang paling membutuhkan.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan pendekatan edukatif dan partisipatif yang mampu meningkatkan pemahaman, kepercayaan, dan keterampilan masyarakat dalam menggunakan layanan digital PT. Pos Indonesia. Permasalahan tersebut menjadi dasar perlunya kegiatan pendampingan dan edukasi digital untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengakses layanan keuangan modern serta memperkuat kesiapan pegawai Pos Indonesia dalam menjalankan transformasi digital.



Gambar 1. Lokasi Tempat Pengabdian Kepada Masyarakat di Kantor Pos Regional V Surabaya.

III. METODE

Kegiatan ini merupakan bentuk Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan melalui kegiatan magang di lingkungan PT. Pos Indonesia Regional V Surabaya. Metode pengabdian dirancang untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai proses perencanaan, sosialisasi, dan pendampingan implementasi layanan keuangan digital kepada masyarakat. Pendekatan yang digunakan adalah metode

partisipatif dengan pendekatan deskriptif, serta memanfaatkan teknik observasi dan wawancara dalam pelaksanaannya.

Metode partisipatif dipilih karena memungkinkan mahasiswa terlibat secara aktif bersama mitra PT. Pos Indonesia dan masyarakat dalam proses pengenalan dan pemanfaatan layanan keuangan digital, sementara pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi lapangan, proses kegiatan, serta respons masyarakat secara objektif (Sugiyono, 2017). Dalam pelaksanaannya, penulis terlibat langsung dalam kegiatan *contacting* penerima Bantuan Subsidi Upah (BSU) sebagai bagian dari layanan *call center*. Penulis juga terlibat langsung dalam proses kegiatan operasional dan sosialisasi layanan keuangan digital, untuk memahami dan mendukung implementasi layanan keuangan digital seperti remitansi, bendapros, syaria, materi, *modem channel*, *payment*, *e-batare* dan *cico*, pensiunan dan asuransi. Metode partisipatif digunakan agar mahasiswa dapat berperan aktif dalam sosialisasi, pendampingan masyarakat, dan membantu pegawai pos dalam mengenalkan layanan digital. Pendekatan deskriptif diterapkan untuk menggambarkan secara objektif proses kegiatan, kondisi lapangan, serta respon masyarakat terhadap layanan digital. Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu:

1. Observasi, untuk mengamati sistem kerja, alur pelayanan, serta tantangan dalam penerapan layanan keuangan digital di kantor pos.
2. Wawancara, dilakukan dengan beberapa pegawai pos dan pengguna layanan untuk memperoleh informasi terkait pemahaman, kendala, dan tingkat penerimaan masyarakat terhadap layanan digital.
3. Evaluasi sederhana, melalui pencatatan hasil pengamatan dan tantangan terhadap kegiatan yang dilakukan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema “Implementasi Perencanaan Layanan Jasa Keuangan Digital untuk Meningkatkan Aksesibilitas Masyarakat pada PT. Pos Indonesia” memberikan gambaran komprehensif mengenai bagaimana transformasi digital di Kantor Pos Regional V Surabaya diimplementasi secara praktis melalui kolaborasi antara karyawan pos dan mahasiswa magang. Kegiatan mencakup observasi operasional, pengolahan data transaksi digital, pendampingan penggunaan layanan PosPay dan QRIS POS, serta *contacting* penerima Bantuan Subsidi Upah (BSU) sebagai bagian dari layanan *call center*.

POSPAY merupakan aplikasi pembayaran digital yang memudahkan pelanggan dalam melakukan berbagai transaksi keuangan, seperti pembayaran tagihan, pembelian pulsa, transfer uang, hingga pembayaran jasa pengiriman. Pemanfaatan POSPAY diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan layanan, serta memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan di era digital. Penggunaan POSPAY juga berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan perusahaan, sebagaimana hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh positif penggunaan layanan POSPAY terhadap tingkat pendapatan PT Pos Indonesia di Surabaya. Pospay juga mempercepat proses penyaluran bantuan sosial melalui digitalisasi rekening Giro Pos, sehingga bantuan dapat tersalurkan lebih cepat dan tepat sasaran (Valvencihia & Nur, 2025).

Kegiatan *contacting* BSU menjadi bentuk implementasi langsung layanan publik digital yang berkontribusi pada peningkatan akses informasi, verifikasi data, dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan PT. Pos Indonesia. Kegiatan ini bertujuan untuk mendukung kelancaran proses penyaluran bantuan pemerintah dengan memastikan bahwa data penerima valid, dapat dihubungi, serta mengetahui kesiapan penerima dalam mengambil bantuan melalui PT. Pos Indonesia. Kegiatan konfirmasi dilakukan dengan menghubungi penerima BSU melalui sarana komunikasi telepon dan pesan WhatsApp.

Dalam proses ini, penulis membantu menginformasikan status bantuan, memastikan keaktifan nomor telepon, serta mencatat respon penerima, seperti bersedia mengambil bantuan, tidak dapat dihubungi, menolak, atau telah menerima bantuan. Seluruh hasil komunikasi tersebut kemudian dicatat secara sistematis ke dalam tabel monitoring harian untuk memudahkan proses evaluasi dan pelaporan. Melalui kegiatan ini, penulis memperoleh pemahaman mengenai pentingnya peran komunikasi langsung dalam layanan publik, khususnya dalam mendukung program bantuan sosial pemerintah. Kegiatan konfirmasi penerima BSU juga melatih ketelitian, tangguang jawab, serta kemampuan komunikasi penulis dalam berinteraksi dengan masyarakat secara profesional sesuai dengan standar pelayanan PT. Pos Indonesia.

Menurut Direktur Utama PT Pos Indonesia Budi Setiawan, keuntungan Pospay adalah cukup di satu tempat, masyarakat dapat melakukan pembayaran berbagai tagihan dan angsuran apapun di Kantor Pos maupun titik layanan lain serta layanan bergerak milik PT Pos Indonesia yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia. Aplikasi PosAja yaitu sebuah aplikasi Android yang tersedia di Play Store. Aplikasi PosAja adalah aplikasi resmi milik PT Pos Indonesia. Aplikasi ini memiliki fungsi bagi penjual/pengirim untuk memantau status kegiatan Cash on Delivery (Saputri et al., 2023).



Gambar 2. Pelaksanaan Layanan Call Center Bantuan Subsidi Upah (BSU)

Dari kegiatan tersebut menjadi dasar dalam merumuskan berbagai inovasi dan strategi peningkatan transaksi layanan jasa keuangan, yang diwujudkan melalui perencanaan program dan pengembangan layanan digital PT. Pos Indonesia secara lebih terarah dan berbasis kebutuhan pengguna. Karena dari kegiatan tersebut penulis bisa memberikan informasi terkait perencanaan program yang telah di buat kepada masyarakat melalui data penerima BSU. Kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan mulai dari pengumpulan data operasional, observasi langsung alur layanan, wawancara dengan karyawan serta pengguna, hingga pelaksanaan sosialisasi dan pendampingan penggunaan aplikasi digital.

A. Pelaksanaan Kegiatan yang Dilakukan untuk Mencapai Tujuan

Pelaksanaan kegiatan magang di Kantor Pos Regional V Surabaya berfokus mendukung penguatan layanan jasa keuangan digital melalui serangkaian aktivitas terstruktur yang berdasarkan program kerja resmi perusahaan. Tahap pertama dimulai dengan observasi mendalam terhadap proses bisnis layanan jasa keuangan digital PT. Pos Indonesia, termasuk pemahaman menyeluruh mengenai alur operasional PosPay, QRIS POS, layanan remitansi, materai, pembayaran tagihan, e-batara, cico, dan berbagai produk payment point jasa keuangan. Observasi ini mencakup analisis mekanisme pendaftaran merchant, prosedur aktivasi akun pengguna, pengelolaan transaksi digital. Selain itu, dilakukan juga pengamatan terhadap pola transaksi masyarakat untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan layanan digital telah berjalan dan kendala utama yang dihadapi di lapangan.

Tahap kedua pengumpulan data transaksi digital dari beberapa layanan jasa keuangan, kemudian melakukan input, verifikasi, dan rekapitulasi data transaksi harian yang kemudian diolah menjadi laporan analisis potensi peningkatan transaksi digital. Dari hasil rekap, ditemukan bahwa penetrasi penggunaan layanan digital di wilayah perkotaan sudah cukup baik, namun masih terdapat gap signifikan di wilayah sub-urban dan rural, di mana masyarakat masih lebih memilih transaksi secara tunai. Penggunaan e-wallet tidak hanya memengaruhi perilaku konsumen, tetapi juga mendorong terciptanya budaya non-tunai dalam kehidupan sehari-hari. Observasi lapangan menunjukkan bahwa banyak pedagang kecil mulai menyediakan opsi pembayaran digital sebagai bentuk adaptasi terhadap kebutuhan konsumen (Rahmatullah, 2025).

Berdasarkan hasil analisis tersebut, tahap ketiga menyusun proposal POS FEST 2025 – Akhir Tahun Berlimpah Hadiah melalui promosi layanan jasa keuangan yang bertujuan meningkatkan penggunaan PosPay dan transaksi loket dengan target kenaikan pendapatan 10%. Kegiatan ini mencakup penyusunan proposal, serta perencanaan sistem reward digital bagi pengguna aplikasi PosPay, target pencapaian program, mekanisme program, alur pelaksanaan program, rencana anggaran biaya (RAB), estimasi keuntungan. Program ini memberikan hadiah bagi pelanggan yang melakukan minimal 3 transaksi dalam sehari. Mekanismenya meliputi pendaftaran online, verifikasi invoice, pemberian e-kupon, dan proses pengundian hadiah pada akhir tahun. Strategi promosi dilakukan melalui sosialisasi teller, media sosial, iklan digital, dan

kampanye kupon ganda untuk mendorong transaksi sebagai upaya memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan partisipasi pelanggan. Dengan hadiah total Rp 100 juta, POS FEST dirancang untuk meningkatkan transaksi PLN, PDAM, Telco, serta layanan keuangan lainnya secara signifikan. Konsep program ini dirancang agar masyarakat lebih tertarik menggunakan layanan digital PT. Pos Indonesia karena adanya sistem poin dan hadiah menarik.



Gambar 3. Penyampaian rencana program POS FEST untuk pengembangan strategi peningkatan transaksi digital

Tahap keempat kegiatan penyusunan dan pengembangan layanan QRIS POS by PosPay Support PosIND dilakukan melalui proses analisis kebutuhan operasional Perusahaan Otobus (PO), pemetaan alur pembayaran tunai yang selama ini digunakan, serta identifikasi berbagai kendala seperti risiko keamanan, inefisiensi pencatatan, dan biaya tenaga kerja yang tinggi. Berdasarkan hasil analisis tersebut, penulis dapat merancang solusi implementasi QRIS POS sebagai sistem pembayaran digital terintegrasi yang mampu menerima transaksi dari seluruh aplikasi keuangan, menyediakan pencatatan real-time, dan meningkatkan transaksi keuangan. Kegiatan ini mencakup penyusunan konsep penawaran, desain proposal teknis, perencanaan tahapan implementasi, serta menjelaskan manfaat finansial seperti peningkatan pendapatan, efisiensi biaya kondektur, dan peningkatan akuntabilitas transaksi. Selain itu, disusun pula analisis keunggulan kompetitif QRIS POS dibandingkan penyedia lain serta simulasi studi kasus untuk menunjukkan proyeksi keuntungan bagi PO mitra.

Tahap kelima membuat inovasi program KREASI POS 2025 yaitu program lomba kreativitas bagi siswa SMP se-Jawa Timur yang diselenggarakan PT. Pos Indonesia dalam rangka memperingati Hari Pahlawan. Mengusung tema “Semangat Kepahlawanan dalam Goresan dan Kata”, kegiatan ini mencakup dua lomba desain perangko dan cerpen. Bertujuan menanamkan nilai kepahlawanan sekaligus meningkatkan kreativitas dan literasi pelajar. Pelaksanaan program meliputi sosialisasi, pendaftaran, dan akademis. Program ini menjangkau lebih dari 5.000 sekolah melalui sistem wajib delegasi, sehingga mendorong pembelian perangko dan materai sebagai bagian dari mekanisme lomba. Promosi dilakukan melalui surat edaran, media sosial, kantor pos, dan media lokal. Kegiatan ini dirancang tidak hanya sebagai lomba, tetapi juga strategi edukasi, pembinaan karakter, dan promosi layanan Bendapos.

Tahap akhir adalah penyusunan laporan evaluasi dari seluruh rangkaian kegiatan yang telah dilakukan. Evaluasi mencakup efektivitas program, peluang perbaikan proses bisnis, strategi peningkatan adopsi layanan digital, serta rekomendasi pengembangan inovasi PosPay, QRIS POS, dan program POS FEST. Kemudian melakukan perbaikan dokumen, pembuatan lampiran pendukung, serta penyusunan dokumentasi yang akan di jadikan pijakan awal untuk realisasi implementasi program pada tahun mendatang. Kegiatan ini menegaskan komitmen PT. Pos Indonesia Regional V Surabaya untuk memperkuat layanan digital yang inklusif, inovatif, dan berkelanjutan, meskipun saat ini masih dalam tahap perencanaan.

B. Indikator Pencapaian dan Tolak Ukur Keberhasilan

Meskipun program masih dalam tahap konseptual indikator keberhasilan perencanaan implementasi layanan digital dapat dilihat dari kelengkapan dokumen perencanaan, kesesuaian Program dengan kebutuhan pengguna, serta kesiapan sistem untuk mendukung implementasi layanan digital pada tahun berikutnya. Hal ini sejalan dengan analisis Wahyuningsih (2017) yang menyatakan bahwa penyusunan sistematis dokumen layanan dan proses bisnis menjadi bagian penting dalam efektivitas layanan pos. Selain itu, keselarasan program dengan kebutuhan masyarakat serta potensi implementasinya juga menjadi tolak ukur pencapaian kegiatan. Dari sisi literasi digital, keberhasilan ini ditunjang oleh upaya penyusunan program edukasi yang dianggap sebagai faktor kunci peningkatan inklusi keuangan (Feriyanto et al., 2024). Meskipun program masih dalam tahap konseptual, keberhasilan kegiatan dapat diukur dari aspek kualitas perencanaan dan kesiapan dokumen implementasi.

C. Keunggulan dan Kelemahan Kegiatan

Perencanaan layanan digital melalui kegiatan ini memiliki beberapa keunggulan strategi. Pertama, kegiatan berfokus pada sektor keuangan digital yang sangat relevan dengan transformasi nasional, sebagaimana ditekankan dalam banyak penelitian. Kedua, kegiatan kolaboratif antar-divisi telah menghasilkan rancangan program strategis dan inovatif sebagai implementasi layanan digital tahun 2025. Ketiga, rancangan program memiliki potensi besar dalam memperluas akses keuangan masyarakat. Namun, terdapat beberapa kelemahan dan keterbatasan seperti rendahnya literasi digital masyarakat di beberapa daerah masih menjadi tantangan besar dalam implementasi di lapangan. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital masyarakat menjadi penghambat utama dalam adopsi layanan digital. Kegiatan masih bersifat perencanaan, sehingga belum terdapat data empiris peningkatan transaksi digital. Selain itu, keterbatasan waktu dalam penyusunan program dan koordinasi antar unit bisnis. Permasalahannya, (persero) PT. Pos Indonesia dalam melaksanakan penugasan pemerintah baik untuk memperluas jaringan pelayanan universal maupun jasa layanan yang bersifat sosial. Namun dalam pelaksanaannya penugasan khusus sebagai LPU, menimbulkan permasalahan efisiensi usaha yaitu, dalam melaksanakan penugasan pemerintah ini, tidak seluruh unit pelayanan pos memenuhi kaidah kelayakan ekonomi (Wahyuningsih, 2017).

D. Tingkat Kesulitan dan Peluang Pengembangan

Kesulitan utama yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan adalah menyesuaikan sistem kerja antar divisi serta memahami mekanisme teknis pada layanan keuangan digital yang kompleks. Selain itu, proses koordinasi dalam penyusunan dokumen proposal memerlukan ketelitian tinggi dan kesesuaian format antar unit. Namun, salah satu kendala dalam implementasi digitalisasi pembayaran adalah adanya perbedaan sistem antara marketplace pemerintah dan marketplace swasta. Marketplace pemerintah dirancang dengan tingkat akuntabilitas yang lebih tinggi dibandingkan marketplace swasta, terutama dalam tiga aspek utama, seperti sistem pembayaran, kepatuhan perpajakan, dan mekanisme check & balance (Suryanto & Dai, 2025). PT. Pos Indonesia dapat memperkuat implementasi layanan digital keuangan dengan mengoptimalkan kolaborasi dengan fintech dan lembaga perbankan, menyelenggarakan program edukasi literasi digital masyarakat, optimalisasi dan pengembangan fitur reward dan loyalty system di PosPay untuk meningkatkan retensi pengguna, serta memanfaatkan data transaksi digital sebagai dasar strategi bisnis berbasis data-driven decision.

Menurut penelitian Maulana et al. (2025), yang berfokus pada efek digitalisasi layanan terhadap profitabilitas PT Pos Indonesia Persero, Tbk. Meskipun telah menerapkan digitalisasi, perusahaan menghadapi beberapa tantangan selama proses transisi, terutama dalam mengatur dampak keuangan dari inisiatif digital ini. Selain itu, tidak semua terhadap profitabilitas. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis berbagai aspek digitalisasi layanan yang mungkin memengaruhi profitabilitas, termasuk efisiensi operasional, kepuasan pelanggan, dan daya saing pasar.

TABEL

Tabel berikut menggambarkan rekapitulasi transaksi digital layanan PosPay Regional V Surabaya tahun 2024-2025, yang menunjukkan bahwa layanan PosPay Pembayaran menjadi layanan paling dominan dengan 12.540 transaksi (43%) dan mengalami peningkatan 18 % dari tahun sebelumnya. Layanan QRIS POS menempati posisi kedua dengan 7.821 transaksi (27%), namun tingkat pemanfaatannya masih rendah di wilayah non-urban. Sementara itu, layanan Remitansi mencatat 4.112 transaksi (14%) dengan pengguna mayoritas pekerja, mendukung temuan Saputri et al. (2023) mengenai tingginya kebutuhan layanan transfer dana cepat bagi masyarakat aktif bekerja. Adapun PPOB dan Top-up mencapai 5.903 transaksi (20%) dan

didominasi pengguna usia produktif, sesuai dengan penjelasan Kusdardjanto & Khoirotunnisa (2023) yang menjelaskan bahwa kelompok usia produktif merupakan pengguna paling adaptif terhadap layanan pembayaran digital.

Tabel 1. Rekap Transaksi Digital Layanan PosPay Regional V Surabaya Tahun 2024-2025

| No | Jenis Layanan | Total Transaksi | Persentase Pengguna | Keterangan |
|----|-------------------|-----------------|---------------------|---|
| 1. | PosPay Pembayaran | 12.540 | 43% | Meningkat 18% di banding tahun sebelumnya |
| 2. | QRIS POS | 7.821 | 27% | Masih rendah pada wilayah non-urban |
| 3. | Remitansi | 4.112 | 14% | Pengguna mayoritas kalangan pekerja |
| 4. | PPOB dan Top-up | 5.903 | 20% | Didominasi pengguna usia produktif |

V. KESIMPULAN

Kegiatan magang yang dilaksanakan pada divisi pengelolaan bisnis jasa keuangan memberikan pengalaman praktis dalam memahami proses perencanaan dan pengembangan layanan jasa keuangan digital melalui implementasi perencanaan berbagai produk seperti PosPay, PosAja!, QRIS POS, Weselpos Instan, dan Giropos untuk meningkatkan aksesibilitas masyarakat di lingkungan PT. Pos Indonesia. Aktivitas magang meliputi observasi operasional, pengolahan data transaksi digital, serta penyusunan dokumen perencanaan program, yang menunjukkan bahwa pendekatan berbasis data mendukung strategi digitalisasi perusahaan dan berpotensi meningkatkan aksesibilitas serta inklusi keuangan masyarakat. Namun, PT. Pos Indonesia tetap menghadapi tantangan berupa minimnya literasi digital masyarakat, rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap keamanan transaksi digital, keterbatasan implementasi lapangan karena program yang masih dalam tahap perencanaan, serta kebutuhan peningkatan sosialisasi layanan berbasis digital. Secara keseluruhan, kegiatan ini memperlihatkan bahwa transformasi layanan keuangan digital PT. Pos Indonesia memiliki arah yang jelas dan berpotensi besar dalam meningkatkan aksesibilitas layanan keuangan masyarakat di wilayah Kantor Pos Regional V Surabaya.

Oleh karena itu, PT. Pos Indonesia disarankan untuk meningkatkan program edukasi dan sosialisasi keuangan digital, memperkuat implementasi program layanan yang telah direncanakan, perusahaan perlu memperkuat kepercayaan pengguna terhadap layanan digital dengan meningkatkan transparansi dan sosialisasi terkait keamanan transaksi. Program layanan keuangan digital yang telah direncanakan disarankan untuk segera diimplementasikan melalui uji coba terbatas agar efektivitasnya dapat dievaluasi sebelum diterapkan secara luas. Serta mengoptimalkan pemanfaatan data transaksi sebagai dasar pengembangan layanan keuangan digital di masa mendatang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa hormat, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pimpinan dan staff yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Terima kasih secara khusus disampaikan kepada Ibu Ike Verdianingrum selaku PIC Magang di Kantor Pos Cabang Utama Surabaya 60000 yang telah memberikan kesempatan, arahan, serta dukungan selama proses magang berlangsung sehingga penulis dapat mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dengan baik. Ucapan terima kasih juga kepada Bapak Joko Wijiyono selaku Mentor Magang divisi pengelolaan bisnis jasa keuangan Kantor Pos Regional V Surabaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, bimbingan, dan kesempatan kepada penulis untuk memahami secara langsung proses bisnis layanan jasa keuangan digital di lingkungan PT. Pos Indonesia. Terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing lapangan yang telah memberikan arahan, informasi, serta kesempatan untuk terlibat langsung dalam proses pengolahan data, penyusunan laporan proposal, dan perencanaan program layanan keuangan digital. Dukungan dan kerja sama dari seluruh pihak selama kegiatan magang ini menjadi pengalaman berharga bagi penulis dalam memahami dunia kerja, dan menjadi bagian penting dalam kelancaran dan keberhasilan program pengabdian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing

Bapak Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M, yang dengan penuh didikasi telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan secara berkesinambungan selama proses penyusunan jurnal ini. Penulis juga menyampaikan kepada PT. Pos Indonesia (Persero) yang telah menjadi mitra magang dari Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, atas kerja sama dan dukungan fasilitas yang telah diberikan dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amini, S. A., Wiralaga, H. K., & Sebayang, K. D. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Digital Payment, dan Pendapatan terhadap Inklusi Keuangan di DKI Jakarta. *Kajian Ekonomi dan Akuntansi Terapan*. 2(2), 165-179.
- Agustiar, D., Prabowo, H., & Widiastuti, C. T. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, *Financial Technology*, Risiko Keuangan, Sikap Keuangan dan Pendapatan Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan (Studi di Masyarakat Desa Kertasari Kecamatan Banjarharjo Kabupaten Brebes). *Moneter: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*. 3(2), 67–84.
- Assyifa, M., Ahmad, G. N., & Noviarini, D. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Keamanan, Kemudahan, dan Kegunaan Sistem Pembayaran Qris terhadap Pendapatan UMKM Di Lamongan. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*. 2(2), 4696–4707.
- Dewi, T. K., Rahmawati, S., Apriliana, R., & Yusuf, D. (2023). Inovasi PT. Pos Indonesia dalam Menjaga Eksistensi dan Daya Saing Pelayanan Publik (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia Cianjur). *Ar-Rihlah: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*. 3(2), 141-153.
- Fadhilah. (2025). Digitalisasi Sistem Pembayaran dan Dampaknya terhadap Inklusi Keuangan Di Indonesia. *JUKONI: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. 2(2), 13-18.
- Feriyanto., Qur'anisa, Z., Herawati. M., Lisvi., & Putri, M. H. (2024). Peran Fintech dalam Meningkatkan Akses Keuangan di Era Digital. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*. 4(3), 99–114.
- Kusdardjanto, F. O., & Khoirotunnisa, F. (2023). Pengenalan dan Implementasi Aplikasi Pospay sebagai Bentuk Alternatif Pembayaran Digital pada Masyarakat Indonesia. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 3(3), 272-280.
- Maharani, S., & Sari, M. (2025). Transformasi Digital dalam Layanan Perbankan Menyongsong Era Baru Keuangan Digital. *JURBISMAN: Jurnal Bisnis Manajemen*. 3(1), 135-150.
- Maulana, L., Dewi, N. S., & Mutmainnah, A. (2025). Pengaruh Digitalisasi Layanan terhadap Profitabilitas pada PT. Pos Indonesia Persero, Tbk Periode 2019-2023. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*. 6(7), 2409-2423.
- Rahmatulllah. (2025). Digitalisasi Pembayaran: Peran E-Wallet dan Fintech pada Ekonomi Digital. *JURNAL ECONOMINA*. 4(6), 207-213.
- Setyaningsih, V. A., & Ninghardjanti, P. (2024). Penerapan Aplikasi Pospay PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Surakarta. *Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*. 8(6), 607-614.
- Suryanto, S., & Dai, R. R. M. (2025). Digitalisasi Pembayaran dalam Pengelolaan Keuangan Publik: Strategi Efisiensi dan Transparansi. *Jurnal Agregasi: Aksi Reformasi Government Dalam Demokrasi*. 13(1), 96–110.
- Saputri, D. F., Nasution, Y. S. J., & Sudiarti, S. (2023). Pengaruh Layanan Jasa Keuangan Pospay dan Kurir PosAja terhadap Tingkat Pendapatan pada PT. Pos Indonesia KC Langsa. *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*. 8(1), 114–132.
- Valvenchia, R., & Nur, D. I. (2025). Pospay sebagai Alat Transaksi Pembayaran di Era Digital Perusahaan PT. Pos Indonesia (PERSERO) Regional V Surabaya. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*. 4(2), 249–260.
- Wahyuningsih, S. (2017). Efektivitas Penyelenggaraan Layanan Pos Universal. *Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika*. 5(2), 115-138.