



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 7169-7177

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Loyalitas Customer Pada Penggunaan Jasa Western Union di Kantor Pos Indonesia Malang

Devlin Damara Adiyaks^{1✉}, Moh. Agung Suriyanto²

Universitas Muhammadiyah Gresik

Email: devlindamara12@gmail.com^{1✉}

Abstrak

PT Pos Indonesia Malang merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang pelayanan atau pengiriman dokumen surat dan paket. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis loyalitas pelanggan pengguna layanan Western Union di PT Pos Indonesia cabang Malang. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi lingkungan dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu faktor menurunnya pengguna layanan Western Union dikarenakan hilangnya Wabah Covid 19. Sehingga membuat para customer Western Union sebelumnya merasa tidak memerlukan jasa tersebut. Penggunaan Western Union di PT Pos Indonesia cabang Malang juga dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berhubungan dengan reward. Dalam penelitian ini penulis mengusulkan beberapa strategi yang dapat digunakan di PT Pos Indonesia cabang Malang dalam mengatasi permasalahan tersebut. Penelitian ini juga dapat membantu peneliti selanjutnya untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Loyalitas Pelanggan*

Abstract

PT Pos Indonesia Malang is a State-Owned Enterprise (BUMN) company which operates in the field of services or sending documents, letters and packages. This research aims to analyze customer loyalty of Western Union service users at PT Pos Indonesia Malang branch. The research method used is qualitative with environmental observation and interview data collection techniques. The research results show that one of the factors in the decline in users of Western Union services was due to the disappearance of the Covid 19 outbreak. This made previous Western Union customers feel that they did not need these services. The use of Western Union at PT Pos Indonesia Malang branch is also influenced by factors related to forward. In this research the author proposes several strategies that can be used at PT Pos Indonesia Malang branch to overcome these problems. This research can also help future researchers to understand the factors that influence customer loyalty.

Keywords: *Loyalitas Customer*

PENDAHULUAN

Di era konektivitas yang semakin meningkat, layanan pengiriman uang internasional menjadi semakin penting bagi individu dan bisnis di seluruh dunia. Western Union adalah penyedia layanan transfer uang internasional yang terkenal. PT Pos Indonesia sebagai mitra resmi Western Union di Indonesia merupakan salah satu tempat utama dimana pengguna dapat mengakses layanan ini. PT Pos Indonesia KCU Malang dengan pertumbuhan ekonominya yang pesat juga berperan penting dalam menyediakan layanan Western Union. Di era modern saat ini, sektor jasa semakin berkembang khususnya pada PT Pos Indonesia. Dengan meningkatnya persaingan di sektor ini, diperlukan strategi untuk menjaga loyalitas pelanggan dan menarik pelanggan baru untuk mempertahankan fondasi industri. Penting untuk mempertahankan pelanggan saat ini.

Loyalitas adalah suatu komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sikap positif dan tercermin dari pembelian yang konsisten. (Samara & Susanti, 2023.), pengertian loyalitas sebagai berikut: "Loyalitas pelanggan merupakan implikasi jangka panjang atas terciptanya customer satisfaction atau kepuasan pelanggan".(Maulyan dkk, 2022) Loyalitas konsumen dapat dijadikan landasan dalam penerapan kebijakan untuk meningkatkan atau menurunkan nilai produk bagi konsumen. Dimana pelaku usaha akan memperoleh informasi dari konsumen, termasuk kegiatan menafsirkan, mengolah, dan menyimpan informasi mengenai produk dan merek. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.(Hadiyati, 2010.)

Beberapa penelitian terkait Pengaruh customer relationship management terhadap loyalitas pelanggan pada PT BCA Tbk antara lain dilakukan oleh (Imasari & Nursalin, 2011) dalam penelitiannya Pengaruh CRM dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan hasilnya adalah CRM dan kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh positif dan signifikan bagi kelangsungan bank baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Sedangkan menurut penelitian (Azizah, 2021) pada penelitiannya Pengaruh kualitas pelayanan E-commerce shoppe terhadap loyalitas pengguna shoppe disebutkan bahwa reward koin, jasa pengiriman dan acara bulanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna Shoppe. Penelitian lain nya yang dilakukan oleh (Subawa & Sulistyawati, 2020) pada penelitian Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Hasil dari penelitian nya mengukapkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan lila Tour and travel.

Pada bulan September 2022 - September 2023 pengguna Western Union mencapai angka sebesar 20.985 kali transaksi. Angka tersebut lebih kecil jika dibandingkan dengan pengguna jasa Western Union bulan September 2021 – September 2022 yang mencapai angka 26.448 kali transaksi. Dilihat dari penjelasan di atas, pengguna jasa Western Union di Kantor Pos Indonesia Malang selama satu tahun ke belakang mengalami penurunan. Dengan adanya hal ini, Kantor Pos Indonesia cabang Malang mengupayakan segala hal untuk meningkatkan jumlah transaksi Western Union, salah satunya adalah dengan memberikan reward kepada customer jika menggunakan jasa pengiriman uang Western Union PT Pos Indonesia Malang.

Masyarakat saat ini cenderung berfokus pada imbalan. Pemberian reward kepada pelanggan bukan hanya sekedar bentuk rasa syukur namun juga merupakan langkah penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang. Ketika pelanggan merasa dihargai dan menerima manfaat lebih, mereka cenderung lebih memilih untuk berbisnis kembali dengan perusahaan dibandingkan mencari alternatif lain. Imbalan dapat berupa barang atau jasa. Imbalan juga dapat mempengaruhi penjualan dan peningkatan pendapatan. Hadiah bagi pelanggan dapat mendorong mereka untuk mengirimkan lebih banyak atau lebih sering. Misalnya, jika pelanggan menerima diskon atau kupon sebagai hadiah, kemungkinan besar mereka akan meningkatkan intensitas pengiriman tambahan. Sehingga, perusahaan bisa mengalami peningkatan pendapatan.

Ketika pelanggan menerima imbalan, mereka akan berpartisipasi lebih aktif dalam program loyalitas, memberikan umpan balik yang baik, dan berpartisipasi dalam acara atau kegiatan yang diselenggarakan oleh perusahaan. Hal ini akan membangun hubungan yang kuat antara bisnis dan pelanggan. Selain memberikan manfaat langsung kepada pelanggan, penghargaan juga dapat membantu kantor pos membedakan dirinya dari pesaing industri. Dalam pasar yang kompetitif, menawarkan imbalan yang sesuai dan berharga akan menjadi faktor penentu bagi pelanggan untuk memilih Kantor Pos dibandingkan pesaing lainnya. Kantor Pos dapat memberikan souvenir kepada pelanggan yang menggunakan layanan Western Union. Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis ingin melakukan penelitian "Analisis loyalitas pelanggan pengguna jasa Western Union di Kantor Pos Indonesia Malang".

METODE PENELITIAN

Untuk melakukan penelitian mengenai analisis loyal customer pada pengguna jasa Western Union ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah proses penelitian dan pemahaman yang didasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Arkandito dkk., 2019).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan model Miles dan Huberman yaitu penyajian data (data display), reduksi data (data reduction), dan penarikan simpulan. Mereduksi data (data reduction) berarti merangkum, memilih dan memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Analisis data selanjutnya yaitu penyajian data (data display), teknik analisis data ini yang dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowcard dan sejenisnya. Langkah yang ketiga yaitu penarikan kesimpulan, teknik analisis data ini menggambarkan temuan penelitian pendapat-pendapat terakhir yang berdasarkan pada uraian-uraian sebelumnya.

Subjek dan lokasi penelitian ini adalah Pengguna jasa PT Pos Indonesia Malang. Dalam penelitian ini penulis menggunakan informan Edfin Budi Ardiansyah dan Bahrul Ulum selaku customer pengguna jasa Western Union.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Pos Indonesia Malang merupakan perusahaan badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak dibidang pelayanan atau pengiriman dokumen surat dan paket. Dengan berjalannya waktu, Pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam pengembangan bidang perposan Indonesia dengan memanfaatkan insfrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100 persen kota/kabupaten, hampir 100 persen kecamatan dan 42 persen kelurahan/desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring Pos Indonesia sudah memiliki lebih dari 4.800 Kantorpos, serta dilengkapi electronic mobile pos di beberapa kota besar. Sistem Kode Pos diciptakan untuk mempermudah processing kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat.

Saat ini PT. Pos Indonesia juga menyediakan layanan pengiriman barang, transaksi pembayaran berbagai tagihan seperti pembayaran listrik, telepon, serta pengiriman uang dengan menggunakan wesel pos. Teknik pengumpulan data melalui wawancara yang dilakukan kepada informan yaitu beberapa staff, manajer dan pengguna jasa western union pada KCU PT. Pos Indonesia Malang. Informan tersebut dinilai mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti mengenai penggunaan jasa western union. Peneliti memberikan keleluasaan kepada para informan untuk memahami penggunaan jasa western union sesuai dengan apa yang dialami tanpa adanya pengaruh dari peneliti maupun orang lain, sehingga akan diperoleh pemahaman yang menyeluruh dan murni.

Target Pasar Jasa Western Union Kantor Pos KCU Malang

Dari pengamatan independen, penulis melakukan wawancara dengan Staff dan Manajer Jasa Keuangan selaku informan PT Pos Indonesia Malang. Berdasarkan Bapak Andreas Adi Mulyo dan Fahrur Rozi, Layanan jasa pengiriman uang ini dibuat untuk memudahkan semua orang untuk melakukan pengiriman uang dalam jangka waktu yang singkat dan cepat. Target pasar sebenarnya adalah orang-orang yang memiliki teman/kerabat yang berprofesi sebagai tenaga kerja Indonesia (TKI), karena Western Union ini digunakan untuk jasa pengiriman uang dalam cakupan internasional. Target pasar adalah suatu kelompok konsumen yang menjadi sasaran pendekatan suatu bisnis atau perusahaan untuk membeli produk yang dijual. Ilmu bisnis biasanya mengelompokkan target pasar berdasarkan rentang umur, sifat, atau karakter dan kebiasaan yang hampir sama (Sihombing, 2021). Dengan menargetkan kelompok konsumen tertentu, perusahaan dapat menyesuaikan pesan pemasarannya untuk menarik kebutuhan, keinginan, dan

preferensi spesifik mereka, yang menghasilkan peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan.

Jika dilihat dari Data yang peneliti dapat. Pada bulan September 2022 - September 2023 pengguna Western Union mencapai angka sebesar 20.985 kali transaksi. Angka tersebut lebih kecil jika dibandingkan dengan pengguna jasa Western Union pada bulan September 2021 – September 2022 yang mencapai angka 26.448 kali transaksi. Menurut Andreas Adi Mulyo dan Fahrur Rozi selaku informan mengatakan bahwa menurunnya angka pengguna jasa ini dikarenakan hilangnya wabah virus covid-19. Western Union sendiri adalah layanan pengiriman uang berbasis digital tanpa menggunakan rekening bank. Layanan yang paling banyak digunakan yakni transfer uang ke luar negeri secara langsung.

Dapat ditarik kesimpulan dari wawancara yang sudah peneliti lakukan, bahwa penurunan pengguna jasa Western Union tersebut salah satunya disebabkan oleh hilangnya wabah covid-19. Sehingga beberapa pekerja TKI (Tenaga Kerja Indonesia) memilih kembali ke kampung halaman dan memutuskan untuk tidak menggunakan jasa Western Union lagi. Hal ini yang menyebabkan menurunnya angka jumlah pengguna jasa western union di PT Pos Indonesia Malang.

Strategi Jasa Western Union PT Pos Indonesia KCU Malang

Strategi adalah sebuah bentuk dari perencanaan yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan, dan juga rangkaian yang bisa bersatu menjadi suatu kesatuan yang utuh. Di mana strategi sebagai formulasi yang disusun dengan baik, supaya bisa membantu penyusunan sumber daya dari perusahaan atau organisasi supaya mampu bertahan dari ketatnya persaingan (Quinn, 2021). Menurut Andreas Adi Mulyo dan Fahrur Rozi selaku informan, Strategi yang telah di jalankan untuk mengatasi penurunan pengguna jasa Western Union yakni dengan loyalty program dalam bentuk memberikan sebuah reward kepada para customer pengguna jasa western union ini. Loyalty program adalah strategi bisnis mempertahankan pelanggan dengan mendorong mereka untuk pembelian berulang. Pada prosesnya, bisnis menawarkan sejumlah hadiah seperti diskon atau insentif lainnya agar pelanggan tidak berpaling ke kompetitor (Pusparini,2023). Reward yang diberikan yakni berupa tas totebag dan botol tumbler. Reward tersebut bisa didapatkan jika telah memenuhi stampel di kartu loyalty. Kartu loyalty merupakan salah satu alat promosi berupa membership (keanggotaan) yang banyak digunakan pelaku usaha untuk menarik minat konsumen/pengguna jasa agar kembali ke tempat usahanya.

Informan juga menyampaikan akan terus menambah fitur-fitur baru, meningkatkan keamanan pelanggan atau fitur privasi, Dan meningkatkan Kualitas Pelayanan. Strategi ini dilakukan oleh divisi jasa keuangan untuk meningkatkan kepercayaan, sehingga menciptakan dan mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap layanan jasa western union di kantor pos.

Kenyataan dilapangan, Penulis juga melakukan wawancara dengan Edfin Budi Ardiansyah dan Bahrul Ulum selaku customer pengguna jasa Western union PT. Pos Indonesia. Menurut hasil wawancara, mereka mengatakan bahwa para customer mendapatkan sebuah reward berupa Tas Totebag dan Botol Tumbler, selain itu customer merasa terbantu dalam hal pengiriman dan penerimaan uang tunai dalam cakupan internasional, hal ini di buktikan dengan adanya penggunaan jasa western union secara berkala. Para customer juga menyampaikan bahwa mereka merasa Puas dan sangat mendukung adanya strategi reward yang ditawarkan oleh PT Pos Indonesia Malang. Hal ini dibuktikan nya dengan adanya para customer melakukan repeat order jasa pengiriman uang Western Union di PT. Pos Indonesia Malang. Seperti yang diungkapkan oleh (Sunyoto, 2019) bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan di mana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Hal tersebut karena apabila konsumen puas, ia akan membeli kembali atau memberikan rekomendasi pada calon pelanggan lainnya.

Dalam wawancaranya Edfin Budi Ardiansyah juga menyampaikan beberapa harapan untuk PT Pos Indonesia Malang terkait reward yang diberikan. Mereka berharap agar PT Pos Indonesia Malang menambah reward yang diberikan tidak hanya memeberikan reward berupa Tas Totebag dan Botol Tumbler. Maka penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi Reward customer diharapkan mampu meningkatkan loyalitas customer terhadap penggunaan jasa Western Union di PT POS Indonesia Malang

Mengenai penjelasan informan diatas penulis menarik kesimpulan bahwa para customer merasa puas dan senang dengan strategi reward yang sedang di jalankan oleh PT Pos Indonesia Malang untuk mengatasi penurunan pengguna jasa tersebut, namun para customer juga berharap adanya alternatif reward lain yang dapat diberikan kepada customer pengguna jasa Western Union ini.

SIMPULAN

Target pasar dari Jasa Western Union ini adalah orang-orang yang memiliki teman/kerabat yang berprofesi sebagai tenaga kerja Indonesia (TKI), karena Western

Union ini digunakan untuk pengiriman uang dalam cakupan internasional. Strategi PT Pos Untuk mengatasi Permasalahan di penelitian ini adalah dengan memberikan sebuah reward berupa totebag dan botol tumbler.

Saran untuk perusahaan yakni Perusahaan menambah alternatif reward berupa potongan pembayaran jasa, jika telah memenuhi Cap Stampel yang ada di kartu royalty Western Union, mini gold yang sekarang sedang marak digunakan sebagai hadiah, souvenir, kado dll. Perusahaan mempertahankan kualitas pelayanan jasa western union. Kualitas pelayanan dianggap baik jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, jika melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka bisa dikatakan pelayanan sangat memuaskan dan Perusahaan melakukan follow up terhadap pengguna jasa. Seperti menanyakan kritik dan saran setelah menggunakan jasa western union tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arkandito, G. F., Maryani, E., Rahmawan, D., & Wirakusumah, T. K. (2019). KOMUNIKASI VERBAL PADA ANGGOTA KELUARGA YANG MEMILIKI ANAK INDIGO. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 1(1). <https://doi.org/10.24198/jmk.v1i1.9955>
- Azizah, F. N. (2021). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA SHOPEE*. 1.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>
- Esti Tri Pusparini (2023). Mengenal Loyalty Program, Manfaat, Jenis, dan Contoh Suksesnya. <https://qontak.com/blog/loyalty-program/>
- Hadiyati (2010). *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang)*
- Imasari, K., & Nursalin, K. K. (2011). *PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT BCA Tbk*. 10(3).
- Indah, P. P. A. P., Rahmawati, P. I., & Andiani, N. D. (2019). Pengaruh Sistem Penghargaan (Reward) Terhadap Kinerja Trainee Di Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 2(1), 41. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v2i1.22087>
- Maulyan, F. F., Yuniati Drajat, D., Angliawati, R. Y., & Sandini, D. (2022). PENGARUH

- SERVICE EXCELLENT TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN: THEORETICAL REVIEW. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 8–17. <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i1.660>
- Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2018). KEPUASAN PELANGGAN MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *MIX: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN*, 8(1), 90. <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i1.006>
- Octavian, A. (n.d.). *Analisis Loyalitas Pelanggan Online shop Shopee*.
- Putra, M. A. D. (2017). SISTEM KIRIMAN UANG WESTERN UNION PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO) CABANG SINGARAJA. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.23887/jap.v8i1.21014>.
- Samara, A., & Susanti, M. (n.d.). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma*.
- Helda Sihombing (2021). Target Pasar: Ini Cara Menentukan dan Contohnya. <https://lifepal.co.id/media/target-pasar/>.
- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). KUALITAS PELAYANAN BERPENGARUH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 718. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i02.p16>