

Pengaruh Digitalisasi Layanan Terhadap Profitabilitas Pada PT. Pos Indonesia Persero, Tbk Periode 2019-2023

Lanang Maulana, Novia Sandra Dewi, Arlistia Mutmainnah

Universitas Sulawesi Barat
maulana827645@gmail.com

ABSTRACT

The shift in consumer habits from conventional to digital requires business actors to adapt to these changes, thus encouraging service providers to transform into digital services in order to adjust to customer interests and also for wider reach. This study aims to analyze the impact of service digitalization on the profitability of PT Pos Indonesia Persero, Tbk during the 2019-2023 period. The analysis technique used in this study is regression analysis. Regression analysis will be used to test the relationship between the independent variable (service digitalization) and the dependent variable (profitability). This study concludes that service digitalization has a positive and significant impact on increasing company profitability. By showing a significant level that shows >5%, so it has a significant effect. Further in-depth research is needed regarding various other aspects that are also influenced by digitalization not only in terms of profitability, but in operations, marketing and other parts.

Keywords: Digitalization, Service Quality, Profitability

ABSTRAK

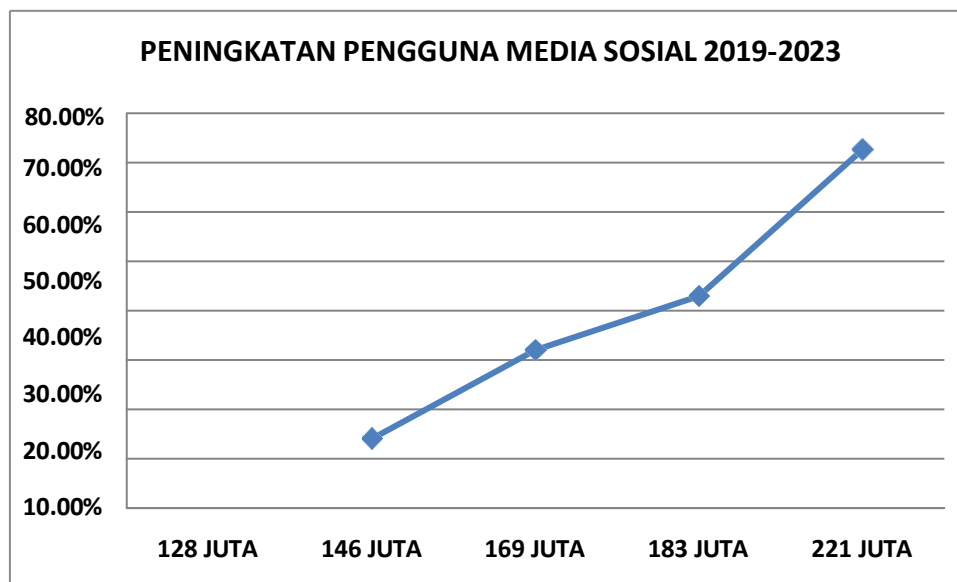
Pergeseran kebiasaan konsumen dari konvensional menjadi digital menuntut para pelaku usaha untuk beradaptasi terhadap perubahan tersebut, sehingga mendorong para penyedia jasa untuk bertransformasi menjadi layanan digital agar dapat menyesuaikan minat pelanggan dan juga untuk jangkauan yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak digitalisasi layanan terhadap profitabilitas PT Pos Indonesia Persero, Tbk selama periode 2019-2023. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi. Analisis regresi akan digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen (digitalisasi layanan) dan variabel dependen (profitabilitas). Penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Dengan menunjukkan tingkat signifikan yang menunjukkan >5%, sehingga berpengaruh secara signifikan. Perlu dilakukan penelitian lebih mendalam terkait berbagai aspek lainnya yang ikut di pengaruhi oleh digitalisasi tidak hanya dalam hal Profitabilitas, tetapi dalam operasional, pemasaran dan bagian lainnya.

Kata kunci : Digitalisasi, kualitas Layanan, Profitabilitas

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19, yang dimulai pada awal 2020, telah berdampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan, terutama memengaruhi perilaku penggunaan media sosial. Dengan diterapkannya langkah-langkah jaga jarak sosial dan kebijakan kerja

jarak jauh, orang-orang di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, terpaksa beradaptasi dengan keadaan baru yang membatasi interaksi fisik, sehingga mereka mencari alternatif untuk tetap terhubung. Dalam konteks ini, media sosial muncul sebagai solusi utama untuk memenuhi kebutuhan komunikasi, informasi, dan hiburan. Terdapat peningkatan yang mencolok dalam penggunaan media sosial selama pandemi, karena individu beralih ke platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok untuk berkomunikasi dengan keluarga dan teman, serta tetap mendapatkan informasi tentang perkembangan terbaru terkait pandemi. Media sosial telah menjadi sumber penting untuk mengakses berita dan informasi terkait kesehatan, langkah-langkah pencegahan COVID-19, dan tips kesehatan mental. Selain itu, dengan lebih banyak waktu yang dihabiskan di rumah, platform-platform ini juga berfungsi sebagai sumber hiburan, memungkinkan pengguna menikmati konten video, bermain *game*, dan berinteraksi dengan berbagai kreator konten.



Gambar 1. Pertumbuhan Pengguna Media Sosial Tahun 2019-2023

Sumber: Databoks (katadata.co.id)

Berdasarkan data mengenai jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun 2019 hingga 2023, terlihat tren pertumbuhan yang signifikan dalam penggunaan internet dan media sosial. Pada tahun 2019, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 128 juta, yang menunjukkan bahwa internet mulai menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Pada tahun berikutnya, jumlah pengguna internet meningkat menjadi 146 juta, dengan penambahan 18 juta pengguna. Pertumbuhan ini dapat dikaitkan dengan meningkatnya aksesibilitas internet dan adopsi teknologi digital, serta dampak dari pandemi COVID-19 yang mendorong lebih banyak orang untuk menggunakan internet untuk bekerja, belajar, dan berkomunikasi. Jumlah pengguna internet kembali meningkat menjadi 169 juta pada tahun 2021, dengan penambahan 23 juta

pengguna.

Pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia menunjukkan peningkatan ketergantungan masyarakat terhadap teknologi ini, baik untuk kebutuhan pribadi maupun profesional. Pada tahun 2022, jumlah pengguna internet mencapai 183 juta, meningkat sebesar 14 juta dari tahun sebelumnya, meskipun laju pertumbuhannya lebih lambat dibanding tahun sebelumnya. Angka ini mencerminkan bahwa internet tetap menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Puncaknya, pada tahun 2023, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 221 juta, di mana mayoritas pengguna media sosial juga merupakan pengguna internet. Peningkatan signifikan ini mencerminkan perubahan perilaku masyarakat yang semakin aktif di platform media sosial untuk komunikasi, informasi, dan hiburan. Data ini menyoroti pertumbuhan signifikan dalam penggunaan internet dan media sosial, yang mencerminkan aksesibilitas teknologi yang lebih baik dan ketergantungan masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi pemangku kepentingan, termasuk pemerintah dan perusahaan, untuk terus mendukung pengembangan infrastruktur digital dan menciptakan lingkungan yang aman serta mendukung bagi pengguna internet dan media sosial.

Peningkatan pengguna media sosial di Indonesia telah mendorong PT Pos Indonesia untuk melakukan digitalisasi layanan sebagai respons terhadap perubahan perilaku konsumen. Dengan memanfaatkan platform digital, perusahaan ini mampu meningkatkan interaksi dengan pelanggan, mempercepat proses layanan, dan menyediakan akses informasi yang lebih baik. Digitalisasi menjadi salah satu pilar utama dalam transformasi bisnis di era modern. Sejak 2019, PT Pos Indonesia Persero, Tbk telah mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasionalnya. Laporan tahunan perusahaan (2019-2023) menunjukkan bahwa digitalisasi adalah fokus utama dalam strategi untuk menghadapi tantangan persaingan di industri logistik dan pengiriman barang. Aspek penting lainnya adalah pengaruh digitalisasi terhadap profitabilitas perusahaan, yang mencerminkan kemampuan untuk menghasilkan laba dari operasional. Diharapkan, dengan adopsi teknologi digital, PT Pos Indonesia dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya operasional, yang berpotensi meningkatkan profitabilitas. Namun, perlu dianalisis sejauh mana digitalisasi ini telah memengaruhi profitabilitas perusahaan dalam periode tersebut.

Menurut data dari *Journal of Business Lantern* (Aisyah, 2024), perusahaan yang mengadopsi teknologi digital cenderung mengalami peningkatan dalam kinerja keuangan mereka. Hal ini menekankan bahwa digitalisasi bukan sekadar tren, tetapi sebuah kebutuhan strategis bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dampak digitalisasi layanan terhadap profitabilitas PT Pos Indonesia Persero, Tbk, sambil memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan tersebut. Penelitian ini 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 mengukur dampak keuangan dari inisiatif digital ini. Selain itu, tidak semua inovasi digital memberikan kontribusi positif 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. Variabel independen dalam studi ini adalah digitalisasi layanan, yang mencakup elemen seperti penggunaan aplikasi *mobile* dan volume transaksi digital dalam operasi perusahaan. Variabel dependen adalah profitabilitas, diukur melalui indikator seperti margin laba bersih dan *Return on Assets* (ROA). Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk memberikan pemahaman yang jelas mengenai hubungan antara digitalisasi layanan dan profitabilitas perusahaan.

PT Pos Indonesia Persero, Tbk, yang didirikan pada tahun 1746, adalah salah satu perusahaan milik negara terkemuka di Indonesia. Untuk tetap bersaing di pasar yang berkembang pesat yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, perusahaan ini memulai transformasi digital pada tahun 2019. Ini termasuk peluncuran aplikasi *mobile* untuk layanan pengiriman dan pelacakan paket yang bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan mempercepat proses pengiriman. Perjalanan digitalisasi di PT Pos Indonesia tidaklah tanpa tantangan, terutama karena meningkatnya persaingan dari layanan pengiriman yang lebih baru, lebih cepat, dan lebih efisien seperti Gojek dan Grab. Sebagai hasilnya, mengadopsi digitalisasi telah muncul sebagai kebutuhan strategi untuk meningkatkan daya saing. Menurut laporan tahunan 2020, PT Pos Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah pengguna aplikasi *mobile*, yang menunjukkan bahwa upaya digitalisasi mulai diterima oleh publik.

Meskipun telah terjadi kemajuan dalam digitalisasi di PT Pos Indonesia, tantangan signifikan masih ada terkait dengan infrastruktur dan sumber daya manusia. Banyak karyawan yang memerlukan pelatihan untuk memanfaatkan teknologi baru secara efektif, dan perusahaan harus berinvestasi dalam infrastruktur TI yang memadai. Hal ini menunjukkan perlunya upaya berkelanjutan untuk memastikan bahwa digitalisasi berdampak positif terhadap keuntungan perusahaan. Justifikasi untuk penelitian ini terletak pada kebutuhan mendesak untuk memahami dampak digitalisasi terhadap profitabilitas, khususnya di PT Pos Indonesia Persero, Tbk. Saat teknologi digital menjadi bagian integral dari berbagai aspek kehidupan, perusahaan yang gagal beradaptasi berisiko kehilangan pangsa pasar dan profitabilitas. Penelitian ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman tentang hubungan antara digitalisasi layanan dan profitabilitas sambil mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan ini. Relevansi penelitian ini semakin tinggi mengingat kondisi pasar yang semakin kompetitif, di mana PT Pos Indonesia harus bersaing tidak hanya dalam hal harga tetapi juga dalam kualitas layanan. Digitalisasi menawarkan strategi yang layak untuk mencapai tujuan ini. Oleh karena itu, temuan diharapkan dapat membantu manajemen perusahaan dalam merumuskan strategi yang efektif untuk meningkatkan profitabilitas melalui

digitalisasi. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk berkontribusi pada literatur akademik tentang digitalisasi dan profitabilitas di sektor layanan, mengatasi celah dalam studi yang ada—terutama yang berkaitan dengan perusahaan milik negara di Indonesia. Dengan demikian, studi ini berupaya memberikan wawasan baru tentang dampak digitalisasi terhadap profitabilitas dalam industri layanan.

Tinjauan literatur tentang dampak digitalisasi terhadap profitabilitas menunjukkan bahwa banyak penelitian telah dilakukan di berbagai sektor. Menurut penelitian yang dipublikasikan dalam *Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking* (Aisya, Irene, dan Pangestuti, 2024), digitalisasi meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya, sehingga meningkatkan profitabilitas. Mendukung ini, sebuah studi di *Jurnal Lentera Bisnis* (Ayu Megaawati, 2024) menemukan bahwa perusahaan yang mengadopsi teknologi digital cenderung berkinerja lebih baik secara finansial dibandingkan dengan mereka yang tidak. Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa tidak semua bentuk digitalisasi berdampak positif pada profitabilitas. Studi tertentu mengindikasikan bahwa investasi besar dalam teknologi digital tidak selalu berhubungan dengan pertumbuhan pendapatan. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan antara digitalisasi dan profitabilitas secara komprehensif. Penelitian ini akan mengeksplorasi berbagai aspek digitalisasi yang mungkin memengaruhi profitabilitas dalam konteks PT Pos Indonesia, termasuk kepuasan pelanggan, efisiensi operasional, dan daya saing pasar. Tinjauan ini menekankan bahwa meskipun ada bukti substansial yang mendukung hubungan positif antara digitalisasi dan profitabilitas, banyak variabel yang memerlukan pertimbangan lebih lanjut.

Meskipun banyak penelitian sebelumnya membahas digitalisasi, studi ini menawarkan perspektif baru dengan fokus pada perusahaan milik negara di Indonesia. Menggunakan data dari 2019-2023, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan mendalam tentang pengaruh digitalisasi terhadap kinerja finansial perusahaan. Selain itu, penelitian ini akan mengemukakan rekomendasi praktis untuk manajemen PT Pos Indonesia dalam merumuskan strategi digitalisasi yang efektif. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan antara digitalisasi dan profitabilitas, perusahaan diharapkan dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait investasi teknologi dan pengembangan layanan. Kontribusi penelitian ini mencakup aspek akademis dan praktik yang signifikan bagi perusahaan.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak digitalisasi layanan terhadap profitabilitas PT Pos Indonesia Persero, Tbk selama periode 2019 hingga 2023. Studi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana digitalisasi mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan dan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan ini. Temuan diharapkan dapat membantu manajemen perusahaan dalam merumuskan strategi yang efektif untuk meningkatkan profitabilitas melalui inisiatif

digital. Selain itu, penelitian ini tidak hanya relevan bagi PT Pos Indonesia tetapi juga menawarkan wawasan bagi perusahaan lain yang mempertimbangkan adopsi teknologi digital dalam operasional mereka. Dengan memahami pengaruh digitalisasi terhadap profitabilitas, perusahaan dapat membuat keputusan yang terinformasi terkait investasi teknologi dan pengembangan layanan. Selain itu, studi ini bertujuan untuk berkontribusi pada literatur akademik tentang digitalisasi dan profitabilitas di sektor jasa, khususnya berkaitan dengan perusahaan milik negara di Indonesia. Secara keseluruhan, penelitian ini memiliki relevansi yang signifikan dari perspektif praktis maupun akademis, memberikan referensi yang berharga untuk mengembangkan strategi digitalisasi yang efektif dan berfungsi sebagai sumber daya bagi peneliti dan akademisi yang tertarik di bidang ini.

TINJAUAN LITERATUR

Digitalisasi Layanan

Digitalisasi layanan adalah proses transformasi yang mengintegrasikan teknologi digital ke dalam berbagai aspek operasional perusahaan. Pada PT Pos Indonesia Persero, Tbk, upaya ini melibatkan pengembangan platform digital untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas layanan kepada pelanggan. Digitalisasi tidak hanya berfokus pada teknologi, tetapi juga pada perubahan interaksi perusahaan dengan pelanggan serta pengelolaan sumber daya yang ada. Teori *Resource Based View* (RBV) mendalilkan bahwa keunggulan kompetitif sebuah perusahaan berasal dari sumber daya dan kapabilitas yang dimilikinya. Dalam konteks ini, PT Pos Indonesia perlu memanfaatkan sumber daya seperti infrastruktur TI, keterampilan karyawan, dan data pelanggan untuk menciptakan nilai tambah. Menurut Barney (1991), sumber daya yang berharga dan sulit ditiru akan menyediakan keunggulan kompetitif jangka panjang. Oleh karena itu, investasi dalam teknologi digital dianggap sebagai aset strategis yang dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Sebagai contoh, PT Pos Indonesia telah meluncurkan aplikasi *mobile* yang memudahkan pelanggan dalam mengakses layanan pengiriman dan pembayaran. Inisiatif ini tidak hanya mengurangi biaya operasional tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan laporan tahunan, penggunaan aplikasi *mobile* meningkat 30% dari 2019 hingga 2022, yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan perusahaan.

Pengguna Layanan Digital

Pengguna layanan digital di PT Pos Indonesia terdiri dari berbagai segmen, mulai individu hingga bisnis, dan pertumbuhannya signifikan seiring meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan *smartphone*. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202 juta, dengan 98% di antaranya menggunakan *smartphone*, memberikan peluang besar bagi PT Pos Indonesia untuk memperluas jangkauan layanan digital. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) menekankan dua faktor utama dalam

penerimaan teknologi baru: kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan. Studi menunjukkan bahwa jika pelanggan menemukan layanan digital mudah digunakan dan bermanfaat, mereka lebih cenderung mengadopsinya. Survei PT Pos Indonesia menunjukkan bahwa 85% pengguna merasa puas dengan kemudahan aplikasi dan 78% merasakan manfaat signifikan dalam efisiensi waktu dan biaya. Untuk meningkatkan adopsi layanan digital, PT Pos Indonesia telah menambahkan fitur seperti pelacakan pengiriman *real-time*, pembayaran *online*, dan layanan pelanggan 24/7, yang telah meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada tahun 2022, perusahaan mencatatkan peningkatan 40% dalam jumlah transaksi digital dibandingkan tahun sebelumnya, menunjukkan keberhasilan strategi ini.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah konsep yang merujuk pada sejauh mana layanan yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985), kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai "persepsi pelanggan tentang seberapa baik layanan yang diberikan dibandingkan dengan harapan mereka." Kualitas layanan yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan profitabilitas perusahaan. Penilaian mengenai kualitas layanan menjadi satu hal yang sangat utama dalam menilai tingkat keberhasilan transformasi layanan. Sehingga dapat digunakan sebagai bentuk penilaian terhadap keberhasilan transformasi dan juga menjadi landasan evaluasi untuk mengoptimalkan pelayanan.

Return on Assets (ROA)

Return on Assets (ROA) adalah rasio yang mengukur seberapa efektif perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba. Dalam konteks PT. Pos Indonesia, digitalisasi layanan diharapkan dapat meningkatkan ROA perusahaan dengan mengoptimalkan penggunaan aset dan mengurangi biaya operasional. Menurut Investopedia (2021), ROA yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dapat menghasilkan lebih banyak laba dari setiap unit aset yang dimiliki. Sejak penerapan digitalisasi layanan, PT. Pos Indonesia mengalami peningkatan ROA yang signifikan. Data menunjukkan bahwa ROA perusahaan meningkat dari 3% pada tahun 2019 menjadi 5% pada tahun 2022. Peningkatan ini sebagian besar disebabkan oleh efisiensi yang dihasilkan dari digitalisasi, yang memungkinkan perusahaan untuk mengurangi biaya dan meningkatkan pendapatan. Dengan demikian, digitalisasi layanan tidak hanya memberikan manfaat bagi pelanggan, tetapi juga berkontribusi pada kinerja keuangan perusahaan.

Laba atas Aset (ROA) adalah indikator kinerja yang penting untuk menilai profitabilitas perusahaan, yang dihitung dengan membagi laba bersih dengan total aset. Nilai ROA yang lebih tinggi menunjukkan efisiensi yang lebih besar dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan keuntungan. Penelitian oleh Horne dan Wachowicz (2013) menunjukkan bahwa perusahaan dengan ROA tinggi

menunjukkan manajemen sumber daya yang efektif. Dalam kasus PT Pos Indonesia, digitalisasi layanan diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional, yang dapat berpengaruh positif terhadap ROA-nya.

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

Hubungan antara Digitalisasi dan Profitabilitas

Digitalisasi layanan dapat memberikan dampak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Menurut McKinsey (2020), perusahaan yang mengadopsi teknologi digital secara efektif dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional, yang berujung pada peningkatan laba. PT Pos Indonesia, melalui digitalisasi layanan seperti aplikasi pengiriman dan pelacakan paket, diharapkan dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebagai contoh, penerapan sistem manajemen rantai pasok yang terintegrasi dapat mempercepat proses pengiriman dan meminimalkan kesalahan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap ROA.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini dipilih untuk menganalisis pengaruh digitalisasi layanan terhadap profitabilitas PT Pos Indonesia Persero, Tbk. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data numerik yang dapat diolah secara statistik. Dengan menggunakan metode kuantitatif, peneliti dapat melakukan pengujian hipotesis dan mengukur hubungan antar variabel secara objektif. Menurut Sugiyono (2017), pendekatan kuantitatif sangat efektif untuk penelitian yang bertujuan untuk menemukan pola atau hubungan antara variabel yang diteliti. Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan analitis. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi saat ini dari digitalisasi layanan di PT Pos Indonesia dan dampaknya terhadap profitabilitas. Sementara itu, analisis dilakukan untuk mengidentifikasi dan menguji hubungan kausal antara digitalisasi layanan dan profitabilitas. Desain ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya menggambarkan fenomena yang ada, tetapi juga menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendapat Creswell (2014) yang menyatakan bahwa desain penelitian yang baik harus mencakup komponen deskriptif dan analitis untuk memberikan pemahaman yang utuh.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh data yang berkaitan dengan PT Pos Indonesia Persero, Tbk selama periode 2019-2023. PT Pos Indonesia adalah

perusahaan BUMN yang memiliki peran penting dalam layanan pengiriman dan logistik di Indonesia. Dalam periode tersebut, PT Pos Indonesia telah melakukan berbagai upaya digitalisasi, seperti peluncuran aplikasi mobile dan peningkatan sistem manajemen logistik yang berbasis teknologi. Menurut laporan tahunan PT Pos Indonesia (2022), perusahaan ini mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah pengguna layanan digital, yang menunjukkan potensi pertumbuhan profitabilitas yang lebih baik.

Sumber Data

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT Pos Indonesia Persero, Tbk yang mencakup data dari tahun 2019 hingga 2023. Laporan keuangan ini mencakup informasi mengenai pendapatan, biaya, dan laba bersih perusahaan, yang merupakan indikator utama profitabilitas. Data ini diambil dari situs resmi PT Pos Indonesia dan publikasi tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan. Menurut laporan keuangan tahun 2022, terdapat peningkatan laba bersih sebesar 15% dibandingkan tahun sebelumnya, yang menunjukkan dampak positif dari digitalisasi layanan (PT Pos Indonesia, 2022).

Data primer diperoleh melalui survei yang dilakukan terhadap pelanggan yang menggunakan layanan digital PT Pos Indonesia. Survei ini dirancang untuk mengumpulkan informasi mengenai pengalaman pelanggan, kepuasan, dan dampak penggunaan layanan digital terhadap keputusan mereka dalam menggunakan layanan PT Pos Indonesia. Kuesioner yang digunakan dalam survei ini terdiri dari pertanyaan tertutup dan terbuka, yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data kuantitatif dan kualitatif. Survei ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai persepsi pelanggan terhadap digitalisasi layanan dan hubungannya dengan profitabilitas perusahaan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi. Analisis regresi akan digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen (digitalisasi layanan) dan variabel dependen (profitabilitas). Dengan menggunakan *software* statistik SPSS, peneliti dapat mengukur seberapa besar pengaruh digitalisasi terhadap profitabilitas PT Pos Indonesia. Menurut Gujarati (2015), analisis regresi dapat membantu peneliti dalam memahami hubungan kompleks antara variabel dan memberikan prediksi yang akurat tentang profitabilitas berdasarkan tingkat digitalisasi yang diterapkan. Sebelum melakukan analisis regresi, penting untuk memastikan bahwa data yang digunakan valid dan reliabel. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian (kuesioner) mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan konsistensi hasil pengukuran. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan Cronbach's Alpha untuk mengukur reliabilitas data. Menurut Nunnally (1978), nilai Cronbach's Alpha di atas 0,7 menunjukkan bahwa instrumen penelitian dapat diandalkan. Dengan

memastikan validitas dan reliabilitas data, hasil analisis dapat dipercaya dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman tentang pengaruh digitalisasi layanan terhadap profitabilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Digitalisasi layanan

Tabel 1. Tingkat Keberhasilan Digitalisasi PT. Pos Indonesia

TAHUN	DIGITALISASI	
	POS PAY	POS AJA
2019	6,52%	6,55%
2020	9,74%	8,43%
2021	8,87%	8,74%
2022	8,02%	9,39%
2023	10,08%	18,13%

Sumber: Data yang telah diolah

Pada Tahun 2019 Pos Pay (6,52%) dan Pos Aja (6,55%) menunjukkan bahwa kedua layanan masih dalam tahap awal digitalisasi. Angka ini mencerminkan tantangan dalam mengedukasi pengguna dan mempromosikan layanan digital. Pos Pay mengalami peningkatan yang signifikan menjadi 9,74%, didorong oleh kebutuhan akan layanan digital selama pandemi COVID-19. Pada tahun 2020 Pos Aja juga mengalami peningkatan, meskipun tidak sebesar Pos Pay, dengan angka 8,43%. Ini menunjukkan bahwa kedua layanan mulai mendapatkan perhatian lebih dari pengguna. Pos Pay mengalami penurunan menjadi 8,87%, yang mungkin disebabkan oleh penurunan minat setelah lonjakan awal di tahun sebelumnya.

Tahun 2021 Pos Aja juga mengalami penurunan kecil menjadi 8,74%, menunjukkan bahwa meskipun ada pertumbuhan, ada tantangan dalam mempertahankan momentum. Pos Pay terus mengalami penurunan menjadi 8,02%, yang menunjukkan bahwa perusahaan perlu mengevaluasi strategi digitalisasi dan pemasaran untuk menarik kembali pengguna. Pada tahun berikutnya Pos Aja, di sisi lain, menunjukkan peningkatan menjadi 9,39%, yang menunjukkan bahwa layanan ini semakin diterima oleh masyarakat.

Tren positif ini masih terus berlanjut pada tahun 2023 Pos Pay kembali menunjukkan tren positif dengan mencapai 10,08%, menunjukkan bahwa upaya untuk meningkatkan digitalisasi mulai membuahkan hasil. Pos Aja mengalami lonjakan yang sangat signifikan menjadi 18,13%, yang menunjukkan bahwa layanan ini telah berhasil menarik perhatian dan kepercayaan pengguna secara substansial.

Pengguna Layanan Digital

Tabel 2. Peningkatan Pengguna Aplikasi PT. Pos Indonesia

TAHUN	DIGITALISASI	
	POS PAY	POS AJA
2019	65,31%	43,27%
2020	55,87%	33,42%
2021	125,76%	78,86%
2022	152,28%	83,71%
2023	112,13%	80,52%

Sumber: Data yang telah diolah

Peningkatan pengguna Pos Pay menunjukkan fluktuasi yang signifikan selama periode ini. Dimulai dari 65,31% pada tahun 2019, angka ini mengalami penurunan pada tahun 2020 menjadi 55,87%. Namun, terjadi lonjakan yang sangat besar pada tahun 2021 dengan peningkatan 125,76%, diikuti oleh pertumbuhan yang lebih moderat pada tahun 2022 (152,28%) dan penurunan pada tahun 2023 (112,13%). Meskipun ada penurunan pada tahun 2020, lonjakan yang terjadi pada tahun 2021 dan 2022 menunjukkan bahwa Pos Pay berhasil menarik perhatian pengguna, mungkin karena peningkatan kesadaran akan layanan digital selama pandemi.

Peningkatan pengguna Pos Aja menunjukkan tren yang lebih stabil dibandingkan dengan Pos Pay. Dimulai dari 43,27% pada tahun 2019, angka ini menurun menjadi 33,42% pada tahun 2020. Namun, Pos Aja mengalami pertumbuhan yang konsisten pada tahun 2021 (78,86%) dan 2022 (83,71%), meskipun ada penurunan kecil pada tahun 2023 (80,52%). Meskipun tidak mengalami lonjakan yang sama seperti Pos Pay, Pos Aja menunjukkan pertumbuhan yang lebih berkelanjutan, mencerminkan penerimaan yang lebih stabil di kalangan pengguna.

Kualitas Layanan

Setelah melakukan survei terhadap pengguna layanan digitalnya dan menemukan bahwa 85% responden merasa puas dengan kemudahan penggunaan aplikasi dan 78% merasakan manfaat yang signifikan dalam hal efisiensi waktu dan biaya. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan TAM dapat membantu perusahaan dalam merancang layanan digital yang lebih efektif dan meningkatkan tingkat adopsi di kalangan pelanggan. Dalam upaya untuk menarik lebih banyak pengguna, PT. Pos Indonesia telah mengembangkan berbagai fitur dalam aplikasi digitalnya, seperti pelacakan pengiriman secara *real-time*, pembayaran *online*, dan layanan pelanggan 24/7. Data menunjukkan bahwa fitur-fitur ini telah meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dan mendorong lebih banyak pengguna untuk beralih dari layanan tradisional ke layanan digital. Pada tahun 2022, PT. Pos Indonesia mencatatkan peningkatan 40% dalam jumlah transaksi digital dibandingkan tahun sebelumnya.

Return On Asset (ROA)

Tabel 3. ROA PT. Pos Indonesia

TAHUN	2019	2020	2021	2022	2023
ROA	1,31%	3,75%	6,09%	5,71%	5,33%

Pada tahun 2019, ROA sebesar 1,31% menunjukkan bahwa perusahaan masih dalam tahap awal dalam memaksimalkan asetnya. Ini bisa jadi disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk investasi yang belum optimal atau biaya operasional yang tinggi. Selanjutnya tahun 2020, Peningkatan signifikan menjadi 3,75% menunjukkan adanya perbaikan dalam manajemen aset dan mungkin juga dampak positif dari strategi yang diterapkan di tahun sebelumnya. Di 2021 ROA mencapai 6,09%, yang merupakan puncak dalam periode ini. Ini menunjukkan bahwa perusahaan berhasil mengoptimalkan asetnya dengan sangat baik, mungkin melalui peningkatan pendapatan atau pengurangan biaya.

Namun 2022 Penurunan terjadi menjadi 5,71% bisa jadi disebabkan oleh faktor eksternal seperti kondisi ekonomi yang memburuk, peningkatan biaya, atau penurunan pendapatan. Kian turun 2023 ROA kembali menurun menjadi 5,33%, yang menunjukkan bahwa perusahaan masih menghadapi tantangan dalam mempertahankan kinerja keuangannya.

Pengaruh Digitalisasi Layanan terhadap Nominal Transaksi pada PT Pos Indonesia

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi layanan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan nominal transaksi pada PT Pos Indonesia. Meskipun di awal digitalisasi terdapat beberapa rintangan yang membuat peningkatan terus berfluktuasi, tetapi secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa PT Pos Indonesia telah berhasil meningkatkan tingkat keberhasilan digitalisasi untuk kedua layanan, meskipun dengan tantangan yang berbeda. Pos Aja menunjukkan pertumbuhan yang lebih stabil dan signifikan, sementara Pos Pay mengalami fluktuasi yang lebih besar, tetapi akhirnya menunjukkan pemulihan di tahun 2023. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Farah Diba (2021) yang juga menyatakan bahwa digitalisasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan nominal transaksi.

Pengaruh Digitalisasi terhadap Kecepatan dan Kualitas Layanan pada PT Pos Indonesia

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa digitalisasi layanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kecepatan dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Berdasarkan survei yang dilakukan, sebanyak 85% responden mengungkapkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap layanan digital yang tersedia. Para pelanggan merasa terbantu dengan kemudahan akses yang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa batasan waktu maupun

lokasi. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya mempercepat proses layanan, tetapi juga meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan, memberikan fleksibilitas, kenyamanan, dan keandalan yang sangat dibutuhkan dalam era sekarang. Dengan demikian, digitalisasi menjadi faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan sekaligus mendorong daya saing perusahaan di pasar yang semakin dinamis dan berbasis teknologi. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Dimas Pramono (2022) yang menyimpulkan bahwa digitalisasi layanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Pengaruh Digitalisasi terhadap Profitabilitas Perusahaan yang Diukur melalui Return On Asset (ROA)

Penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Dengan menunjukkan tingkat signifikan yang menunjukkan >5%, sehingga berpengaruh secara signifikan. Dalam konteks ini, penerapan digitalisasi di PT Pos Indonesia sejalan dengan peningkatan *Return on Assets* (ROA) yang tercatat. Data menunjukkan bahwa PT Pos Indonesia berhasil meningkatkan efisiensi penggunaan asetnya, dengan ROA yang meningkat secara signifikan dari 1,31% pada tahun 2019 hingga mencapai puncaknya di 6,09% pada tahun 2021. Namun, penurunan ROA yang terjadi pada tahun 2022 dan 2023 mengindikasikan adanya tantangan yang dihadapi perusahaan dalam mempertahankan profitabilitas dan efisiensi operasional. Hal ini menuntut PT Pos Indonesia untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap strategi yang diterapkan serta melakukan perbaikan kinerja yang diperlukan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan nominal transaksi di PT Pos Indonesia. Meskipun terdapat fluktuasi awal dalam pertumbuhan, secara keseluruhan, PT Pos Indonesia berhasil meningkatkan tingkat keberhasilan digitalisasi, dengan Pos Aja menunjukkan pertumbuhan yang lebih stabil dibandingkan Pos Pay. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Farah Diba (2021) yang juga menemukan pengaruh positif digitalisasi terhadap nominal transaksi.

Digitalisasi layanan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kecepatan dan kualitas pelayanan di PT Pos Indonesia. Survei menunjukkan bahwa 85% responden merasa puas dengan layanan digital yang tersedia, yang memberikan kemudahan akses kapan saja dan di mana saja. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya mempercepat proses layanan, tetapi juga meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Dimas Pramono (2022) yang menyatakan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi layanan berpengaruh positif

dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan, yang diukur melalui ROA. PT Pos Indonesia menunjukkan peningkatan efisiensi penggunaan aset dengan ROA yang meningkat dari 1,31% pada tahun 2019 menjadi 6,09% pada tahun 2021. Namun, penurunan ROA pada tahun 2022 dan 2023 menunjukkan tantangan yang harus dihadapi perusahaan dalam mempertahankan profitabilitas. Hal ini menuntut evaluasi dan perbaikan strategi yang diterapkan. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Clara Sari (2023) yang menyatakan bahwa digitalisasi berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Saran

PT Pos Indonesia perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap strategi digitalisasi yang diterapkan, termasuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan fluktuasi dalam pertumbuhan nominal transaksi dan ROA. Mengingat tingginya tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan digital, perusahaan harus terus meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. PT Pos Indonesia disarankan untuk terus berinovasi dan mendiversifikasi layanan digital yang ditawarkan, agar dapat menarik lebih banyak pengguna dan meningkatkan nominal transaksi. Penting bagi perusahaan untuk secara rutin memonitor dan menganalisis kinerja keuangan dan operasional, sehingga dapat segera mengambil langkah-langkah perbaikan yang diperlukan untuk mengatasi tantangan yang muncul.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2021). Laporan Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2016). *Financial Management: Theory & Practice*. Cengage Learning.
- Clara Sari (2023). Analisis Pengaruh E-Banking Terhadap Profitabilitas Bank Indonesia. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Dimas Pramono (2022). Pengaruh Digitalisasi Layanan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Telekomunikasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis FE Universitas Utara*, Medan

- Dong, J., Yin, L., Liu, X., Hu, M., Li, X. and Liu, L. (2020), "Impact of internet finance on the performance of commercial banks in China", *International Review of Financial Analysis*, Vol. 72, doi: 10.1016/j.irfa.2020.101579
- Farah Diba. (2021). Digitalisasi Layanan dan Dampaknya Terhadap Profitabilitas Bank Syariah. *Journal of Business Research*.
- Gujarati, D. N. (2015). *Basic Econometrics*. McGraw-Hill Education
- He, D., Ho, C. Y., & Xu, L. (2020). Risk and return of online channel adoption in the banking industry. *Pacific Basin Finance Journal*, 60. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2020.101268>
- Helmi, M., & Sari, N. P. (2020). Pengaruh Financial Technology Terhadap Perbankan Syariah: Pendekatan ANP-BOCR (The Influence of Financial Technology on Islamic Banking: ANP-BOCR Approach). *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 4(2), 113-125.
- Horne, J. C. V., & Wachowicz, J. M. (2013). *Fundamentals of Financial Management*.
- Jabir Ramadhan. (2022). Pengaruh Digitalisasi Pelayanan Terhadap Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. 24839-69255-1
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. RajaGrafindo Persada.
- Malika Awliya. (2022) Analisis Profitabilitas (Return On Asset (Roa) dan Return On Equity (RoE) Pada PT Sido Muncul Tbk (Periode 2015-2018). *Journal of Economic Education* Vol. 1 No. 1 November (2022) Hal. 10-18
- McKinsey & Company. (2020). *The Digital Transformation of Industries*. Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. McGraw-Hill.
- Pearson. Investopedia. (2021). Return on Assets (ROA). <https://www.investopedia.com/terms/r/returnonassets.asp> (Diakses 25 januari 2025).
- PT. Pos Indonesia. (2019-2022). Laporan Tahunan 2019-2023. <https://www.posindonesia.co.id> (Diakses 20 April 2025)
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*