

LAPORAN MAGANG
DEVISI PEMASARAN PT POS INDONESIA (PERSERO)
KANTOR POS CABANG KABANJAHE

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Icha Febrina Br. Sembiring Depari

2122 31962

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA 2026
LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR
LAPORAN MAGANG
DIVISI PEMASARAN PT POS INDONESIA (PERSERO)
KANTOR CABANG KABANJAHE

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ICHA FEBRINA BR. SEMBIRING DEPARI

Nomor Induk Mahasiswa: 212231962

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Rabu tanggal 1 Juli 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)



Susunan Tim Penguji:

Pembimbing

Drs. Algifari, M.Si

Penguji

Dra. Conny Tjandra Rahardja, MM.

Yogyakarta, 6 Juli 2026
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

Ketua



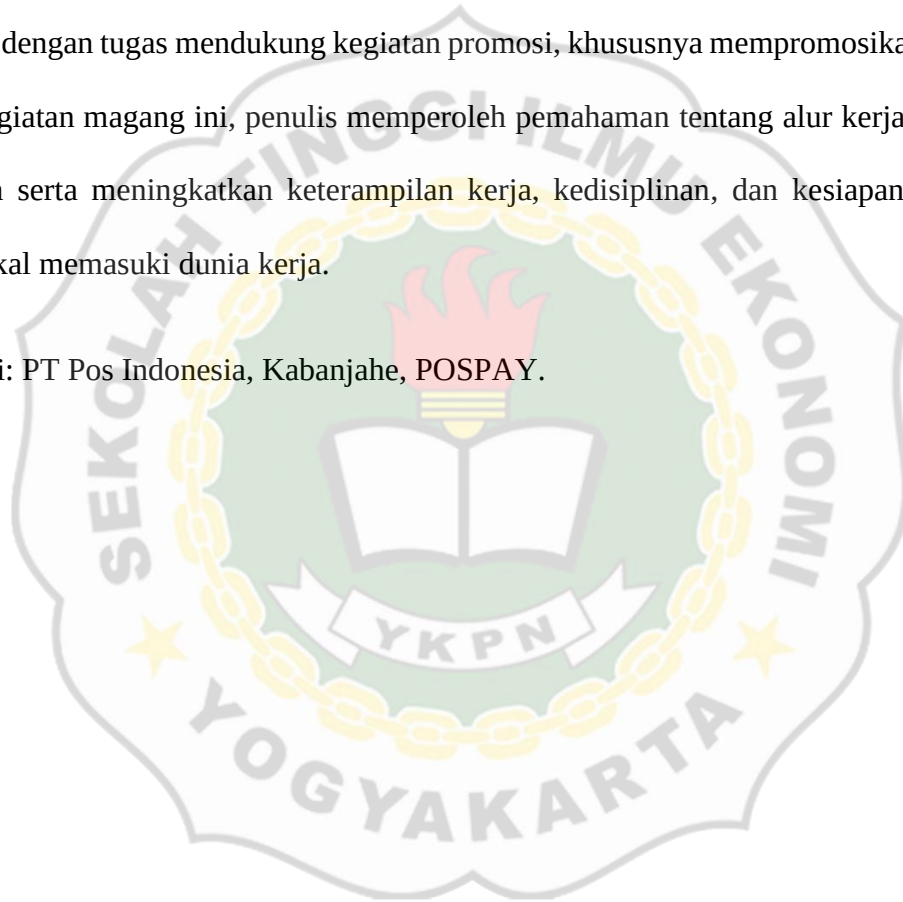
Dr. Wisnu Prajogo, M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Laporan magang ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di STIE YKPN Yogyakarta. Laporan ini memaparkan aktivitas magang. Pengalaman kerja, serta tantangan yang dihadapi penulis selama melaksanakan magang di Kantor Pusat Pos Cabang Kabanjahe yang berlangsung dari 9 Februari 2026 hingga 9 Mei 2026. Penulis ditempatkan di divisi pemasaran dengan tugas mendukung kegiatan promosi, khususnya mempromosikan POSPAY. Melalui kegiatan magang ini, penulis memperoleh pemahaman tentang alur kerja operasional pengiriman serta meningkatkan keterampilan kerja, kedisiplinan, dan kesiapan profesional sebagai bekal memasuki dunia kerja.

Kata kunci: PT Pos Indonesia, Kabanjahe, POSPAY.

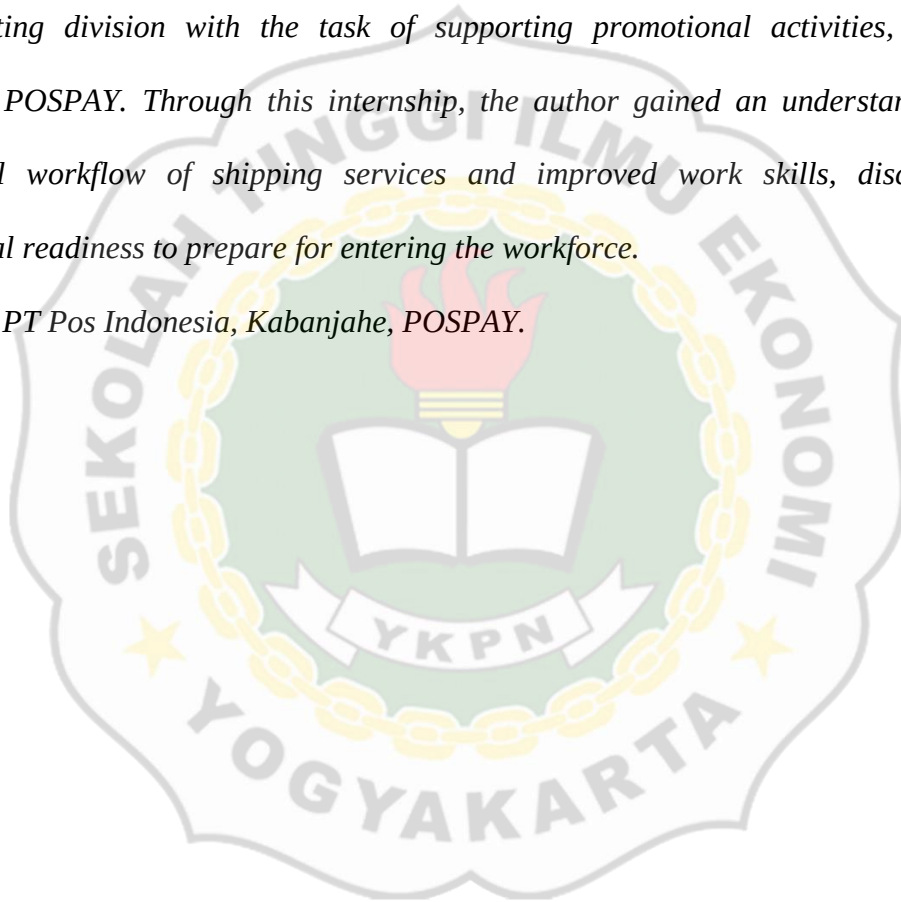


PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This internship report was prepared as a requirement for obtaining a bachelor's degree at STIE YKPN Yogyakarta. This report describes the internship activities, work experience, and challenges faced by the author during his internship at the Kabanjahe Post Office Headquarters, which lasted from February 9, 2026, to May 9, 2026. The author was placed in the marketing division with the task of supporting promotional activities, specifically promoting POSPAY. Through this internship, the author gained an understanding of the operational workflow of shipping services and improved work skills, discipline, and professional readiness to prepare for entering the workforce.

Keywords: PT Pos Indonesia, Kabanjahe, POSPAY.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital saat ini membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia kerja, pelayanan masyarakat, dan kegiatan transaksi. Banyak aktivitas dilakukan secara digital karena dinilai lebih praktis, cepat, dan efisien. Kondisi tersebut mendorong perusahaan dan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi agar tetap mampu memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat.

Perkembangan sistem pembayaran digital juga memengaruhi kebiasaan masyarakat dalam melakukan transaksi. Pembayaran yang sebelumnya banyak dilakukan secara tunai kini semakin sering dilakukan melalui aplikasi digital. Kondisi tersebut mendorong perusahaan jasa keuangan dan layanan publik untuk terus melakukan inovasi agar dapat menyediakan layanan yang mudah digunakan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Perguruan tinggi memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengikuti program magang sebagai sarana mengenal dunia kerja secara langsung. Lulusan perguruan tinggi tidak hanya membutuhkan kemampuan akademik, tetapi juga pengalaman kerja, kemampuan berkomunikasi, kedisiplinan, tanggung jawab, dan kemampuan menggunakan teknologi.

STIE YKPN Yogyakarta mewajibkan mahasiswa menyelesaikan tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana. Magang menjadi salah satu bentuk tugas akhir yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pengalaman kerja dan memahami penerapan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan.

Penulis sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen memilih PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Kabanjahe sebagai tempat magang karena perusahaan bergerak

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dalam bidang pelayanan publik, pengiriman, logistik, dan layanan keuangan digital. Penulis ditempatkan pada bidang pemasaran dan banyak terlibat dalam kegiatan promosi serta pelayanan yang berkaitan dengan aplikasi POSPAY.

PT Pos Indonesia merupakan perusahaan milik negara yang menawarkan jasa pos, logistik, dan keuangan. Salah satu inovasi digital yang dikembangkan adalah aplikasi POSPAY. Aplikasi ini dapat digunakan untuk berbagai transaksi, seperti pembayaran listrik, air, BPJS, pembelian pulsa, transfer uang, pembayaran cicilan, dan layanan keuangan lainnya. Selama magang, penulis terlibat dalam kegiatan pelayanan pelanggan dan sosialisasi POSPAY kepada masyarakat.

Melalui kegiatan magang di Kantor Pos Cabang Kabanjahe, penulis memperoleh pengalaman kerja secara langsung, meningkatkan kemampuan komunikasi dan pelayanan, serta memahami penerapan teknologi digital dalam dunia kerja. Penulis juga dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam lingkungan kerja nyata secara lebih baik dan profesional.

Pengalaman langsung tersebut sejalan dengan pembelajaran berbasis pengalaman yang menekankan pentingnya menghubungkan teori dengan praktik dalam situasi nyata. Selain itu, kegiatan magang membantu penulis memahami sistem administrasi, prosedur pelayanan, pentingnya ketelitian dan tanggung jawab, serta kesiapan menghadapi dunia kerja.

1.2 Tujuan Magang

Pelaksanaan magang di Kantor Pos Cabang Kabanjahe bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan Program Studi Sarjana Manajemen. Selain itu, magang bertujuan memberikan pengalaman dan pemahaman kepada penulis mengenai pemanfaatan aplikasi POSPAY sebagai layanan digital serta proses pelayanan transaksi menggunakan aplikasi tersebut. Melalui kegiatan magang, penulis juga dapat mengetahui

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

berbagai kendala dalam penggunaan dan pengenalan aplikasi POSPAY serta memahami penerapan teori Pemasaran, Komunikasi Bisnis, dan Sistem Informasi Manajemen dalam kegiatan kerja. Kegiatan magang ini diharapkan dapat mengembangkan kompetensi teknis dan nonteknis penulis, seperti komunikasi, kerja sama, kedisiplinan, tanggung jawab, dan kemampuan beradaptasi di lingkungan kerja.

1.3 Manfaat Magang

Pelaksanaan magang diharapkan memberikan manfaat bagi penulis, STIE YKPN Yogyakarta, dan PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Kabanjahe. Bagi penulis, kegiatan magang memberikan pengalaman dan wawasan mengenai dunia kerja secara langsung, sekaligus menjadi salah satu syarat penyelesaian pendidikan Strata 1 serta melatih kemampuan komunikasi, kerja sama tim, ketelitian, kedisiplinan, dan tanggung jawab. Bagi STIE YKPN Yogyakarta, kegiatan magang menjadi sarana untuk mempersiapkan mahasiswa agar lebih siap memasuki dunia kerja serta meningkatkan keterampilan melalui pengalaman kerja secara langsung. Bagi PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Kabanjahe, kegiatan magang membantu pelaksanaan kegiatan pemasaran, pelayanan, logistik, administrasi, dan operasional perusahaan, sekaligus menjadi sarana untuk membangun hubungan kerja sama dengan STIE YKPN Yogyakarta.

1.4 Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan magang diharapkan memberikan manfaat bagi penulis, STIE YKPN Yogyakarta, dan PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Kabanjahe. Bagi penulis, kegiatan magang memberikan pengalaman dan wawasan mengenai dunia kerja secara langsung, sekaligus menjadi salah satu syarat penyelesaian pendidikan Strata 1 serta melatih kemampuan komunikasi, kerja sama tim, ketelitian, kedisiplinan, dan tanggung jawab. Bagi STIE YKPN Yogyakarta, kegiatan magang menjadi sarana untuk mempersiapkan mahasiswa agar lebih siap

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

memasuki dunia kerja serta meningkatkan keterampilan melalui pengalaman kerja secara langsung. Bagi PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Kabanjahe, kegiatan magang membantu pelaksanaan kegiatan pemasaran, pelayanan, logistik, administrasi, dan operasional perusahaan, sekaligus menjadi sarana untuk membangun hubungan kerja sama dengan STIE YKPN Yogyakarta.

1.5 Sistematika Laporan Magang

Ringkasan laporan magang ini disusun dalam lima bab. Bab I membahas pendahuluan yang meliputi latar belakang, tujuan, manfaat, pelaksanaan, dan sistematika laporan. Bab II membahas profil perusahaan dan aktivitas magang. Bab III membahas landasan teori yang berkaitan dengan pemasaran, komunikasi bisnis, dan sistem informasi manajemen. Bab IV membahas analisis permasalahan, solusi, dan kontribusi mahasiswa. Bab V berisi kesimpulan, rekomendasi, dan refleksi diri.

2.1 Profil PT Pos Indonesia (Persero) KC Kabanjahe

PT Pos Indonesia (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman, logistik, dan layanan keuangan. Perusahaan memiliki jaringan layanan yang luas dan melayani masyarakat di berbagai wilayah Indonesia. Selain pengiriman surat dan paket, PT Pos Indonesia menyediakan layanan pembayaran, pengiriman uang, layanan keuangan digital, logistik, serta aplikasi POSPAY.

2.1.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan

PT Pos Indonesia pertama kali berdiri pada 26 Agustus 1746 yang ditandai dengan pendirian kantor pos pertama di Batavia oleh Gubernur Jenderal G.W. Baron van Imhoff. Seiring perkembangan zaman, perusahaan mengalami beberapa perubahan bentuk organisasi. Perusahaan pernah menjadi Jawatan PTT, kemudian PN Pos dan Giro, Perum Pos dan Giro, hingga pada 20 Juni 1995 berubah menjadi PT Pos Indonesia (Persero).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PT Pos Indonesia terus melakukan transformasi dan inovasi untuk menyesuaikan layanan dengan kebutuhan masyarakat, terutama dalam bidang teknologi dan digitalisasi. Kantor Pos Kabanjahe merupakan salah satu kantor cabang yang berada di Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Kantor ini melayani pengiriman surat dan paket, pembayaran tagihan, layanan keuangan, penyaluran bantuan sosial, serta layanan digital.

Visi PT Pos Indonesia adalah “Menjadi Postal Operator, Penyedia Jasa Kurir, Logistik dan Keuangan Paling Kompetitif”, sedangkan misinya adalah “Bertindak Efektif Untuk Mencapai Performance Terbaik”.

2.1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi Kantor Pos Cabang Kabanjahe disusun sebagai pedoman dalam pembagian tugas, tanggung jawab, dan wewenang agar kegiatan operasional berjalan efektif, efisien, dan terkoordinasi. Kantor cabang dipimpin oleh Manajer Eksekutif yang bertanggung jawab atas keseluruhan kegiatan operasional, strategi bisnis, pencapaian target, kualitas pelayanan, serta pengelolaan sumber daya manusia. Dalam pelaksanaan kegiatan, Manajer Eksekutif dibantu oleh beberapa supervisor yang menangani bidang penjualan ritel dan kemitraan, penjualan korporat, keuangan dan SDM, akuntansi dan pengawasan umum, operasi layanan, serta operasi kurir dan antaran. Selain itu, terdapat Manajer Kantor Wilayah yang berperan dalam pembinaan, pengawasan, evaluasi kinerja, dan pemberian arahan strategis kepada kantor cabang. Kantor Pos Cabang Kabanjahe juga melakukan koordinasi dan pengawasan terhadap beberapa kantor pos di wilayah Kabupaten Karo, seperti Berastagi, Tigapanah, Merek, Tigabinanga, Barusjahe, Simpang Empat, Payung, dan Tiganderket.

2.2 Aktivitas Magang

Selama melaksanakan magang di PT Pos Indonesia Kantor Cabang Kabanjahe, penulis ditempatkan pada bagian pemasaran dan layanan pelanggan. Penulis dibimbing oleh pegawai

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kantor dan terlibat langsung dalam kegiatan operasional sehari-hari. Aktivitas yang dilakukan tidak hanya berkaitan dengan pemasaran, tetapi juga pelayanan, logistik, administrasi, dokumentasi, dan kegiatan sosial perusahaan.

2.2.1 Membantu Kegiatan Promosi dan Pemasaran Aplikasi POSPAY

Penulis membantu memperkenalkan layanan yang tersedia pada aplikasi POSPAY kepada masyarakat yang belum terlalu mengenalnya. Informasi yang disampaikan meliputi layanan pembayaran tagihan, transaksi keuangan, dan layanan lain yang tersedia. Kegiatan promosi dilakukan untuk meningkatkan pemanfaatan layanan keuangan digital PT Pos Indonesia.

2.2.2 Membantu Pelanggan Registrasi dan Aktivasi Akun POSPAY

Penulis membantu pelanggan dalam proses registrasi dan aktivasi akun POSPAY, memberikan penjelasan mengenai cara penggunaan aplikasi, membantu pengecekan resi, memberikan informasi tarif pengiriman, membantu pengisian formulir, dan membantu pelayanan loket. Pendampingan dilakukan agar pelanggan lebih memahami fitur dan manfaat POSPAY.

2.2.3 Membantu Penyaluran Bantuan Sosial

Penulis membantu kegiatan penyaluran bantuan sosial berupa uang tunai dan sembako. Tugas meliputi mengarahkan penerima bantuan, memeriksa data penerima, dan membantu mengatur antrean. Kegiatan ini melatih kemampuan komunikasi, ketelitian, dan kerja sama dalam melayani masyarakat.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2.2.4 Mengikuti Kegiatan Kerja Sama dengan Instansi Pemerintah

Penulis mengikuti kunjungan bersama manajer pemasaran ke Dinas Kesehatan Kabanjahe untuk menawarkan layanan pengiriman barang melalui kantor pos. Kegiatan ini memberikan pengalaman mengenai komunikasi bisnis dan pembangunan hubungan kerja sama dengan instansi.

2.2.5 Membantu Penyortiran dan Pengolahan Kiriman

Penulis membantu menyortir surat dan paket berdasarkan wilayah tujuan. Penyortiran dilakukan agar proses distribusi lebih cepat dan mengurangi kesalahan pengiriman. Kegiatan ini menekankan pentingnya ketelitian dalam operasional perusahaan jasa pengiriman.

2.2.6 Membantu Pengambilan Paket dari Kantor Mitra

Penulis membantu mengambil paket dan dokumen dari kantor mitra, antara lain BPJS Kesehatan, BPJS Ketenagakerjaan, KPP Pratama, PNM, Bank Mandiri, Kantor Pengadilan, Kantor Agama, SMS Finance, dan beberapa instansi lainnya. Penulis memastikan dokumen sesuai data dan membantu menjaga proses pengambilan berjalan tepat waktu.

2.2.7 Membantu Pembuatan Konten Promosi dan Informasi Diskon Layanan

Penulis membantu menyiapkan konsep konten, mengambil dokumentasi, dan menyusun informasi mengenai program promosi seperti potongan harga biaya pengiriman dan promosi penggunaan POSPAY. Konten digunakan untuk mendukung pemasaran digital kantor.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2.2.8 Membantu Mempromosikan Keamanan Pengiriman Paket Antar Pulau

Penulis membantu memberikan edukasi mengenai prosedur pengiriman, persyaratan administrasi, pengemasan, keamanan barang, tracking, dan asuransi. Salah satu layanan yang dipromosikan adalah pengiriman kendaraan bermotor seperti sepeda motor antar pulau.

2.2.9 Membantu Kasir Melakukan Pencatatan Buku Bank

Penulis membantu mencatat mutasi rekening, mencocokkan data transaksi dengan dokumen pendukung, dan membantu administrasi keuangan harian. Kegiatan ini melatih ketelitian dan pemahaman mengenai pengendalian administrasi keuangan.

2.2.10 Membantu Pembuatan Konten Kegiatan Berbagi Takjil pada Bulan Ramadan

Penulis membantu mengambil foto dan video, menyusun konsep, dan mendokumentasikan kegiatan pembagian takjil. Penulis juga ikut dalam pelaksanaan kegiatan. Konten digunakan untuk menunjukkan kegiatan sosial perusahaan dan membangun citra positif.

2.2.11 Membantu Pembuatan Konten Kegiatan Apel Pagi

Penulis membantu mendokumentasikan apel pagi yang dilaksanakan setiap hari Selasa. Tugas meliputi mengambil foto dan video, memilih dokumentasi, dan membantu menyusun konten untuk media sosial. Kegiatan ini menjadi penerapan aspek Promotion dalam Marketing Mix karena aktivitas perusahaan dikomunikasikan kepada masyarakat melalui media digital.

3.1 Pemasaran

Pemasaran merupakan proses perusahaan dalam menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan melalui produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Yessi Avita Sari, 2024). Seiring perkembangan teknologi, pemasaran juga memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dengan pelanggan. Dalam perusahaan jasa seperti PT Pos Indonesia, pemasaran tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga pada kualitas pelayanan kepada pelanggan.

3.1.1 Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P

Bauran pemasaran jasa terdiri dari Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence. Dalam kegiatan magang di PT Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Kabanjahe, penerapannya dapat dijelaskan secara singkat sebagai berikut.

Product(Produk)

PT Pos Indonesia menyediakan berbagai layanan, seperti pengiriman surat dan paket, logistik, pengiriman kendaraan, layanan keuangan, pembayaran tagihan, bantuan sosial, serta aplikasi POSPAY. Selama magang, penulis membantu memperkenalkan layanan tersebut kepada pelanggan.

Price(Harga)

Tarif layanan ditentukan berdasarkan jenis layanan, berat dan dimensi barang, tujuan, serta waktu pengiriman. Penulis membantu memberikan informasi tarif dan membuat konten promosi mengenai diskon pengiriman.

Place(Tempat)

PT Pos Indonesia memiliki jaringan pelayanan yang luas, termasuk Kantor Pos Kabanjahe dan kantor pos di wilayah Kabupaten Karo. Selain pelayanan langsung, beberapa layanan juga dapat diakses melalui aplikasi POSPAY.

Promotion(Promosi)

Promosi dilakukan melalui media sosial dan kegiatan langsung kepada masyarakat. Penulis terlibat dalam promosi POSPAY, pembuatan konten diskon pengiriman, dokumentasi kegiatan, serta edukasi mengenai layanan dan keamanan pengiriman.

People(Orang)

People mencakup seluruh pegawai yang terlibat dalam pelayanan, seperti petugas loket, kasir,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

supervisor, kurir, dan manajer. Selama magang, penulis turut membantu pelayanan pelanggan, registrasi POSPAY, administrasi, dan kegiatan pemasaran.

Process(Proses)

Proses pelayanan meliputi penerimaan, pemeriksaan, penimbangan, pembayaran, penyortiran, hingga pengiriman barang. Penulis membantu beberapa proses tersebut, termasuk pengisian formulir, penyortiran paket, dan pelayanan kegiatan penyaluran bantuan sosial.

PhysicalEvidence(BuktiFisik)

Bukti fisik meliputi gedung, loket pelayanan, ruang tunggu, kendaraan operasional, seragam pegawai, peralatan kerja, sistem digital, dan aplikasi POSPAY yang mendukung kualitas pelayanan. Penerapan Marketing Mix 7P selama magang memberikan pengalaman kepada penulis dalam memahami secara langsung bagaimana strategi pemasaran diterapkan untuk mendukung pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia (Risov Valvenchia, 2025).

3.2 Komunikasi Bisnis

3.2 Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis merupakan proses penyampaian informasi, ide, dan pesan dalam kegiatan bisnis untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi dapat dilakukan secara lisan, tulisan, maupun melalui media digital dan berperan dalam membangun hubungan dengan pelanggan, mitra kerja, serta antarpegawai. Dalam kegiatan magang di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Kabanjahe, komunikasi bisnis menjadi bagian penting dalam mendukung pelayanan dan kegiatan operasional perusahaan.

1. Komunikasi dengan Pelanggan

Penulis membantu memberikan informasi mengenai tarif dan estimasi pengiriman, prosedur pengiriman, persyaratan pengiriman kendaraan bermotor, layanan asuransi, serta membantu

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

registrasi POSPAY. Komunikasi dilakukan dengan bahasa yang sopan dan mudah dipahami agar pelanggan memperoleh informasi yang jelas.

2. Komunikasi dalam Kegiatan Promosi

Penulis terlibat dalam pembuatan konten promosi mengenai diskon pengiriman, penggunaan POSPAY, serta dokumentasi kegiatan perusahaan untuk media sosial. Kegiatan tersebut membantu perusahaan menyampaikan informasi layanan dan promosi kepada masyarakat secara lebih luas.

3. Komunikasi dengan Mitra Kerja

Komunikasi dengan mitra dilakukan melalui kegiatan kunjungan ke berbagai instansi pemerintah dan perusahaan. Dalam kegiatan tersebut, penulis ikut membantu menyampaikan informasi mengenai layanan logistik, pengiriman, POSPAY, dan bentuk kerja sama yang ditawarkan PT Pos Indonesia.

4. Komunikasi Antar pegawai

Komunikasi antarpegawai dilakukan melalui koordinasi antara supervisor, petugas loket, kasir, bagian keuangan, penyortiran, dan kurir. Selama magang, penulis turut berkomunikasi dalam kegiatan pelayanan pelanggan, penyortiran paket, administrasi, dan pengambilan dokumen. Komunikasi yang baik membantu memperlancar pekerjaan, mengurangi kesalahan, dan meningkatkan kualitas pelayanan (Rohmah, 2024).

3.3 Sistem Informasi Manajemen

Menurut (Berliana, 2025), Sistem Informasi Manajemen (SIM) merupakan sistem yang mengintegrasikan manusia, perangkat keras, perangkat lunak, prosedur, dan basis data untuk mengolah serta menyajikan informasi dalam mendukung kegiatan organisasi. Penggunaan SIM membantu perusahaan meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pelayanan, transaksi, administrasi, serta pengelolaan data. Selama magang di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Cabang Kabanjahe, penulis dapat melihat penerapan sistem informasi dalam berbagai kegiatan operasional.

1. Sistem Informasi Pengiriman Barang

Data pengiriman seperti identitas pelanggan, tujuan, berat, biaya, dan nomor resi dicatat melalui sistem komputer. Penulis membantu pelanggan melakukan pengecekan status kiriman menggunakan nomor resi sehingga informasi pengiriman dapat diketahui dengan lebih mudah.

2. Aplikasi POSPAY

POSPAY merupakan layanan digital yang digunakan untuk berbagai transaksi, seperti pembayaran tagihan, pembelian pulsa, transfer, dan layanan keuangan lainnya. Selama magang, penulis membantu pelanggan melakukan registrasi, aktivasi, serta memberikan informasi mengenai fitur POSPAY.

3. Sistem Administrasi Keuangan

Sistem informasi digunakan untuk mencatat dan mengelola transaksi keuangan perusahaan. Penulis membantu kasir dalam pencatatan buku bank, mencocokkan transaksi dengan bukti pembayaran, dan mendukung administrasi keuangan harian.

4. Sistem Informasi Logistik

Sistem informasi mendukung proses penyortiran, distribusi, dan pengiriman barang. Penulis membantu menyortir paket berdasarkan wilayah tujuan serta membuat slip tujuan kiriman agar proses distribusi lebih teratur dan mengurangi kesalahan pengiriman.

5. Sistem Informasi Pemasaran Digital

Media sosial digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai promo, layanan POSPAY, kegiatan perusahaan, dan program sosial. Penulis turut membuat konten promosi diskon pengiriman dan dokumentasi kegiatan yang dipublikasikan melalui media sosial Kantor Pos Kabanjahe.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan kegiatan magang, penerapan Sistem Informasi Manajemen memiliki peran penting dalam mendukung pelayanan, transaksi, administrasi, logistik, dan pemasaran digital PT Pos Indonesia. Penggunaan sistem informasi membantu mempercepat pekerjaan, mengurangi kesalahan pencatatan, mempermudah pengelolaan data, serta meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan kepada masyarakat.

4.1 Analisis Permasalahan

Selama melaksanakan kegiatan magang di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Kabanjahe, penulis menemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan pemasaran, komunikasi bisnis, dan sistem informasi manajemen. Permasalahan tersebut diperoleh berdasarkan pengamatan dan keterlibatan penulis dalam kegiatan pelayanan pelanggan, promosi POSPAY, pembuatan konten digital, serta kegiatan operasional perusahaan. Beberapa permasalahan yang ditemukan antara lain rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai POSPAY, kurangnya promosi program menarik melalui media sosial, serta kurang optimalnya komunikasi sebagian petugas dalam melayani pelanggan.

4.1.1 Rendahnya Pengetahuan Masyarakat Mengenai Aplikasi POSPAY

Selama kegiatan magang, penulis menemukan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui aplikasi POSPAY dan berbagai manfaatnya. Sebagian pelanggan masih menganggap PT Pos Indonesia hanya menyediakan layanan pengiriman, sehingga belum mengetahui bahwa POSPAY dapat digunakan untuk berbagai transaksi digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa informasi mengenai manfaat dan fitur POSPAY belum sepenuhnya tersampaikan kepada masyarakat.

4.1.2 Kurangnya Promosi Program Menarik Melalui Media Sosial

Penulis juga menemukan bahwa promosi mengenai diskon, cashback, dan program menarik POSPAY masih belum dilakukan secara maksimal melalui media sosial. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian masyarakat kurang mengetahui keuntungan yang dapat diperoleh

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

melalui penggunaan POSPAY. Kurangnya promosi digital dapat membatasi jangkauan informasi dan minat masyarakat terhadap layanan yang ditawarkan.

4.1.3 Kurang Optimalnya Komunikasi Sebagian Petugas dalam Melayani Pelanggan

Selama magang, penulis menemukan beberapa kondisi ketika penyampaian informasi oleh petugas loket masih kurang jelas sehingga pelanggan perlu bertanya kembali. Hal ini terutama terlihat pada pelanggan yang sudah lanjut usia atau belum memahami teknologi digital dan membutuhkan penjelasan lebih rinci. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang jelas, sopan, dan mudah dipahami diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

4.2 Solusi Permasalahan

4.2.1 Rendahnya Pengetahuan Masyarakat Mengenai Aplikasi POSPAY

Rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai POSPAY menunjukkan perlunya peningkatan edukasi dan sosialisasi mengenai manfaat serta fitur aplikasi. Oleh karena itu, perusahaan dapat memberikan sosialisasi secara langsung, menyediakan brosur atau media informasi, serta mendampingi pelanggan dalam proses registrasi dan penggunaan awal aplikasi. Promosi juga dapat diperluas melalui sekolah, instansi pemerintah, pelaku usaha, dan media digital agar masyarakat lebih mengenal dan memahami manfaat POSPAY.

4.2.2 Kurangnya Promosi Program Menarik Melalui Media Sosial

Kurangnya promosi melalui media sosial menunjukkan perlunya strategi pemasaran digital yang lebih konsisten dan terarah. Perusahaan dapat menyusun content calendar, membuat konten kreatif mengenai promo, diskon, cashback, dan layanan POSPAY, serta memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk memperluas jangkauan. Evaluasi berdasarkan jumlah tayangan, interaksi, dan jangkauan juga diperlukan untuk mengetahui efektivitas konten. Selama magang, penulis turut berkontribusi melalui pembuatan konten promosi diskon,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dokumentasi kegiatan takjil, promosi POSPAY, dan edukasi keamanan pengiriman sebagai penerapan unsur Promotion dalam Marketing Mix.

4.2.3 Kurang Optimalnya Komunikasi Petugas dalam Melayani Pelanggan

Kurang optimalnya komunikasi petugas menunjukkan perlunya peningkatan kemampuan komunikasi dan pelayanan pelanggan. Perusahaan dapat memberikan pelatihan komunikasi secara berkala serta membiasakan penggunaan bahasa yang sopan, jelas, dan mudah dipahami. Petugas juga perlu menyesuaikan cara penyampaian dengan karakteristik pelanggan agar informasi dapat diterima dengan baik sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

4.3 Kontribusi Mahasiswa Selama Kegiatan Magang

Selama kegiatan magang, penulis memberikan kontribusi melalui promosi POSPAY, pembuatan konten digital, dokumentasi kegiatan, edukasi keamanan pengiriman, registrasi akun POSPAY, pelayanan pelanggan, administrasi keuangan, penyortiran, dan pengambilan dokumen dari instansi mitra. Kegiatan tersebut menjadi bentuk penerapan teori Marketing Mix, Komunikasi Bisnis, dan Sistem Informasi Manajemen dalam dunia kerja serta mendukung kegiatan promosi, pelayanan, dan operasional di Kantor Pos Kabanjahe.

5.1 Kesimpulan

Pelaksanaan magang di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Kabanjahe memberikan pengalaman praktis dalam menerapkan teori Pemasaran, Komunikasi Bisnis, dan Sistem Informasi Manajemen di lingkungan kerja. Penulis terlibat dalam berbagai kegiatan pelayanan pelanggan, promosi dan registrasi POSPAY, pembuatan konten promosi, administrasi, penyortiran, serta kegiatan operasional lainnya.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelayanan yang baik, komunikasi yang efektif, strategi promosi, dan pemanfaatan teknologi informasi memiliki peran penting dalam mendukung kelancaran operasional serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan, kegiatan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

magang meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan penulis dalam menghadapi dunia kerja.

5.2 Rekomendasi

5.2.1 Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan mempersiapkan diri dengan baik sebelum magang serta memiliki sikap disiplin, bertanggung jawab, profesional, dan proaktif agar dapat memperoleh pengalaman kerja secara maksimal.

5.2.2 Bagi PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Kabanjahe

PT Pos Indonesia diharapkan meningkatkan promosi POSPAY melalui media sosial dan kegiatan sosialisasi, memperluas penyebaran informasi mengenai promo dan layanan, meningkatkan kemampuan komunikasi petugas melalui pelatihan pelayanan pelanggan, serta mengoptimalkan sistem dan jaringan teknologi untuk mendukung kelancaran pelayanan.

5.2.3 Bagi STIE YKPN Yogyakarta

STIE YKPN Yogyakarta diharapkan terus menjalin kerja sama dengan berbagai perusahaan sebagai tempat magang serta meningkatkan pembekalan mahasiswa, khususnya terkait keterampilan kerja, komunikasi profesional, dan kesiapan menghadapi dunia kerja.

5.3 Refleksi Diri

Pelaksanaan magang di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Kabanjahe memberikan pengalaman dalam memahami kegiatan pelayanan, pemasaran, administrasi, dan pemanfaatan teknologi informasi secara langsung. Penulis dapat menerapkan pengetahuan dari mata kuliah Pemasaran, Komunikasi Bisnis, Sistem Informasi Manajemen, Manajemen Operasional, Kewirausahaan, dan Bisnis Digital dalam berbagai tugas selama magang.

Melalui kegiatan tersebut, penulis juga mengembangkan kemampuan komunikasi, kerja sama tim, kedisiplinan, tanggung jawab, manajemen waktu, kemampuan beradaptasi, dan penyelesaian masalah. Pengalaman berinteraksi dengan pelanggan dan pegawai membantu

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

penulis menjadi lebih percaya diri serta memahami pentingnya komunikasi yang jelas, sopan, dan profesional dalam dunia kerja.

Secara keseluruhan, kegiatan magang menjadi sarana untuk menghubungkan teori perkuliahan dengan praktik kerja secara langsung. Pengalaman dalam mempromosikan POSPAY, membuat konten digital, melayani pelanggan, membantu administrasi, serta mendukung kegiatan operasional menjadi bekal yang bermanfaat bagi penulis untuk mempersiapkan diri memasuki dunia kerja.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- (Berliana, 2025). Analysis of Acceptance Factors of Pospay Application Users in Surabaya City Using Modified TAM.
- (BI, 2025). Sistem Pembayaran & Pengelolaan Uang Rupiah.
- (Muminin, 2023). Pembelajaran Berbasis Pengalaman Sebagai Inti Teori Konstruktivisme John Dewey Dalam Perspektif Psikologi Pendidikan. Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat.
- (PT Pos Indonesia, 2025). Profil Perusahaan PT Pos Indonesia.
- (Risos Valvenchia, 2025). Pospay sebagai Alat Transaksi Pembayaran di Era Digital.
- (Rohmah, 2024). Komunikasi Interpersonal Customer Service Lotte Grosir dalam Melayani Pelanggan di Kota Samarinda.
- (Yessi Avita Sari, 2024). Peran Pemasaran Digital Dalam Mengembangkan Bisnis Syariah Di Era Digital.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

LAMPIRAN

Lampiran pada laporan ringkasan ini mengikuti lampiran yang terdapat pada laporan magang utama, antara lain dokumen administrasi magang, dokumentasi kegiatan, bukti registrasi dan aktivasi POSPAY, dokumentasi kegiatan bantuan sosial, kerja sama dengan instansi, kegiatan penyortiran dan pengambilan paket, konten promosi, pencatatan buku bank, kegiatan berbagi takjil, serta dokumentasi apel pagi.

Catatan: bagian lampiran gambar/dokumentasi dapat diisi menggunakan gambar yang terdapat pada laporan magang utama agar susunan ringkasan tetap konsisten dengan dokumen sumber.

