

**LAPORAN PENYUSUNAN ARTIKEL
ILMIAH**
**PENGARUH DIGITALISASI LAYANAN TERHADAP
PROFITABILITAS PADA PT. POS INDONESIA PERSERO, TBK
PERIODE 2019-2023**

**(THE EFFECT OF SERVICE DIGITALIZATION ON PROFITABILITY AT PT.
POS INDONESIA PERSERO, TBK 2019-2023 PERIOD)**



**Ketua Tim Peneliti
Lanang Maulana
(C0121079)
Pembimbing 1:
Dr. Novia Sandra Dewi, S.E., M.M
(0929118503)
Pembimbing 2:
Arlistria Mutmaninnah, S.E., M.M
(0019129302)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE
2025**

HALAMAN PENGESAHAN PENELITIAN

Judul Penelitian: Pengaruh Digitalisasi Layanan Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Pos Indonesia Persero, Tbk Periode 2019-2023

Kode/Nama Rumpun Ilmu : 571/Manajemen
Output Penelitian : Jurnal Nasional Terakreditasi

Ketua Peneliti

a. Nama Lengkap : Lanang Maulana
b. NIM : C0121079
c. Program Studi : Manajemen
d. Nomor HP : 085242021516
e. Alamat e-mail : maulana827645@gmail.com

Pembimbing Peneliti 1

a. Nama Lengkap : Dr. Novia Sandra Dewi, S.E., M.M
b. NIDN : 0929118503
c. Program Studi : Manajemen

Pembimbing Peneliti 2

a. Nama Lengkap : Arlistria Mutmaninnah, S.E., M.M
b. NIDN : 0019129302
c. Program Studi : Manajemen

Waktu Penelitian : ½ Tahun
Biaya : Rp. 1.219.000

Majene, 15 Mei 2025

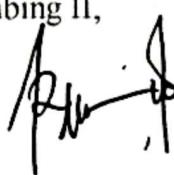
Mengetahui :

Pembimbing I,



Dr. Novia Sandra Dewi, S.E., M.M
NIDN. 0929118503

Pembimbing II,



Arlistria Mutmaninnah, S.E., M.M
NIDN. 0019129302



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lanang Maulana
Nim : C0121079
Jurusan/Program Studi : Manajemen Keuangan

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

“PENGARUH DIGITALISASI LAYANAN TERHADAP PROFITABILITAS PADA PT. POS INDONESIA PERSERO, TBK PERIODE 2019-2023”

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan dan diterbitkan sebelumnya, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan sumober kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundsg-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 24 ayat 2 dan pasal 70).

Majene, 15 Mei 2025



Lanang Maulana
NIM C0121079

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 jangkaun yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk 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

BAB I

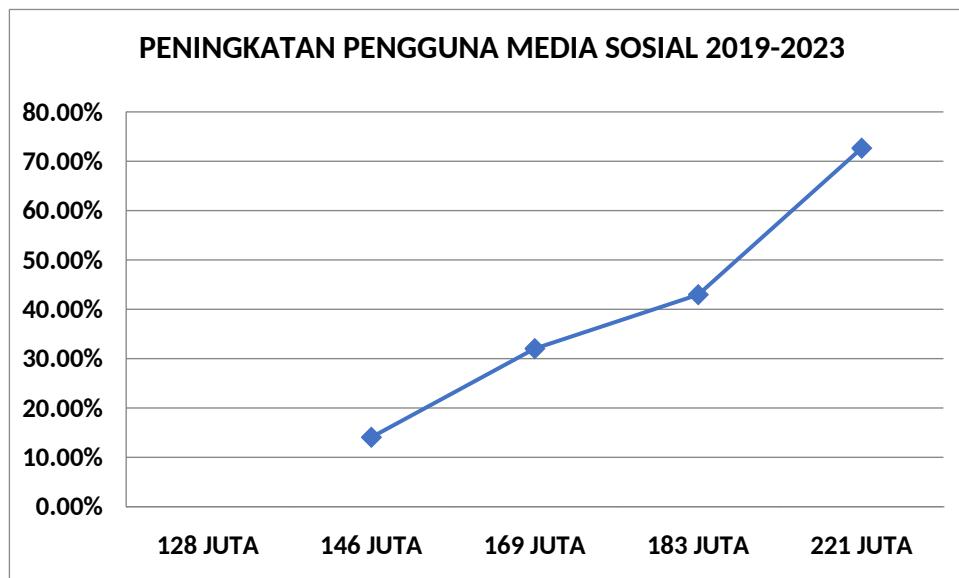
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi COVID-19 yang melanda dunia sejak awal tahun 2020 telah membawa dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk perilaku masyarakat dalam penggunaan media sosial. Dengan diberlakukannya pembatasan sosial dan kebijakan work from home, masyarakat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, terpaksa beradaptasi dengan situasi baru yang memaksa mereka untuk mengurangi interaksi fisik dan mencari alternatif untuk tetap terhubung dengan orang lain. Dalam konteks ini, media sosial muncul sebagai salah satu solusi utama untuk memenuhi kebutuhan komunikasi, informasi, dan hiburan.

Peningkatan penggunaan media sosial selama pandemi sangat mencolok. Masyarakat beralih ke platform-platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok untuk berkomunikasi dengan keluarga dan teman, serta untuk mendapatkan informasi terkini mengenai perkembangan pandemi. Media sosial juga menjadi sumber utama bagi masyarakat untuk mengakses berita dan informasi terkait kesehatan, pencegahan COVID-19, dan tips menjaga kesehatan mental. Selain itu, dengan banyaknya waktu yang dihabiskan di rumah, platform media sosial digunakan sebagai sarana hiburan, di mana pengguna dapat menikmati konten video, bermain game, dan mengikuti berbagai konten kreator.

Gambar 1.1 Pertumbuhan pengguna Media sosial tahun 2019-2023



Sumber : Databoks (katadata.co.id)

Data ini menunjukkan bahwa Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam penggunaan internet dan media sosial dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan ini tidak hanya mencerminkan peningkatan aksesibilitas teknologi, tetapi juga perubahan perilaku masyarakat yang semakin bergantung pada internet untuk berbagai aspek kehidupan. Dengan meningkatnya jumlah pengguna, penting bagi pemangku kepentingan, termasuk pemerintah dan perusahaan, untuk terus mendukung infrastruktur digital dan menciptakan lingkungan yang aman dan produktif bagi pengguna internet dan media sosial. Meskipun ini adalah angka untuk pengguna media sosial, penting untuk dicatat bahwa sebagian besar pengguna media sosial juga merupakan pengguna internet. Peningkatan yang signifikan ini mencerminkan pergeseran perilaku masyarakat yang semakin aktif di platform media sosial, baik untuk berkomunikasi, berbagi informasi, maupun untuk hiburan.

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, PT Pos Indonesia dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan, mempercepat proses layanan, dan menawarkan kemudahan akses informasi yang lebih baik. Digitalisasi layanan telah menjadi salah satu pilar utama dalam transformasi bisnis di era modern ini. PT. Pos Indonesia Persero, Tbk, sebagai salah satu perusahaan yang memiliki sejarah panjang dalam menyediakan layanan pos dan logistik di Indonesia, tidak luput dari pengaruh digitalisasi. Sejak tahun 2019, perusahaan ini telah berupaya untuk mengadopsi teknologi digital dalam operasionalnya, dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas layanan. Menurut laporan tahunan PT. Pos Indonesia (2019-2023), digitalisasi telah menjadi fokus utama dalam strategi perusahaan untuk menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat di industri logistik dan pengiriman barang.

PT. Pos Indonesia Persero, Tbk, didirikan pada tahun 1746 dan telah menjadi salah satu perusahaan milik negara yang terkemuka di Indonesia. Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, perusahaan ini harus beradaptasi untuk tetap relevan di pasar. Pada tahun 2019, PT. Pos Indonesia mulai mengimplementasikan berbagai inisiatif digitalisasi, termasuk peluncuran aplikasi mobile untuk layanan pengiriman dan pelacakan paket. Inisiatif ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan mempercepat proses pengiriman.

Sejarah digitalisasi di PT. Pos Indonesia tidak terlepas dari tantangan yang

dihadapi oleh perusahaan. Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan harus bersaing dengan berbagai layanan pengiriman baru yang lebih cepat dan efisien, seperti Gojek dan Grab. Oleh karena itu, digitalisasi menjadi langkah strategis yang penting untuk meningkatkan daya saing. Menurut laporan tahunan PT. Pos Indonesia (2020), perusahaan mencatat peningkatan signifikan dalam jumlah pengguna aplikasi mobile mereka, yang menunjukkan bahwa digitalisasi telah mulai diterima oleh masyarakat.

Namun, meskipun ada kemajuan dalam digitalisasi, masih terdapat tantangan dalam hal infrastruktur dan sumber daya manusia. Banyak karyawan yang perlu dilatih untuk menggunakan teknologi baru, dan perusahaan harus berinvestasi dalam infrastruktur IT yang memadai. Oleh karena itu, digitalisasi di PT. Pos Indonesia menunjukkan bahwa meskipun ada kemajuan, masih ada banyak pekerjaan yang harus dilakukan untuk memastikan bahwa digitalisasi dapat memberikan dampak positif terhadap profitabilitas perusahaan. Justifikasi penelitian ini didasarkan pada pentingnya memahami dampak digitalisasi terhadap profitabilitas perusahaan, terutama dalam konteks PT. Pos Indonesia Persero, Tbk.

Profitabilitas merupakan salah satu indikator kinerja yang penting bagi perusahaan, yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari operasionalnya. Dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital, diharapkan PT. Pos Indonesia dapat meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya operasional, dan pada akhirnya meningkatkan profitabilitas. Namun, pertanyaan yang muncul adalah sejauh mana pengaruh digitalisasi ini terhadap profitabilitas perusahaan dalam periode 2019-2023?.

Identifikasi masalah dilakukan secara sistematis dengan mengacu pada beberapa aspek kunci. Pertama, perlu diidentifikasi bagaimana digitalisasi layanan di PT. Pos Indonesia telah diimplementasikan selama periode 2019-2023. Ini mencakup berbagai inisiatif digital yang telah diluncurkan, seperti aplikasi mobile, sistem manajemen pengiriman, dan penggunaan teknologi informasi dalam operasional perusahaan. Dengan memahami konteks ini, penelitian dapat mengeksplorasi bagaimana digitalisasi telah mempengaruhi proses bisnis dan layanan yang diberikan kepada pelanggan. Kedua, penelitian ini akan menganalisis dampak dari digitalisasi terhadap profitabilitas perusahaan. Ini mencakup pengukuran kinerja finansial melalui indikator ROA. Menganalisis data finansial perusahaan sebelum dan setelah implementasi digitalisasi, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai pengaruh digitalisasi terhadap profitabilitas. Ketiga, penelitian ini juga akan mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi hubungan antara digitalisasi dan profitabilitas. Ini termasuk kondisi pasar, persaingan, dan perubahan perilaku konsumen.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh digitalisasi layanan terhadap profitabilitas PT. Pos Indonesia Persero, Tbk dalam periode 2019-2023. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana digitalisasi dapat mempengaruhi kinerja finansial perusahaan, serta untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan tersebut.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh digitalisasi layanan terhadap profitabilitas PT. Pos Indonesia Persero, Tbk. Meskipun digitalisasi telah

diimplementasikan, masih terdapat tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh perusahaan dalam proses transisi ini. Salah satu masalah utama adalah bagaimana perusahaan dapat mengukur dampak dari digitalisasi terhadap kinerja finansialnya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah digitalisasi layanan, yang mencakup berbagai aspek seperti penggunaan aplikasi mobile, dan nominal transaksi digital serta kualitas layanan dalam operasional perusahaan. Sementara itu, variabel dependen adalah profitabilitas, yang diukur melalui indikator seperti margin laba bersih, return on assets (ROA). Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan antara digitalisasi layanan dan profitabilitas perusahaan.

Penelitian ini juga relevan mengingat kondisi pasar yang semakin kompetitif. Banyaknya perusahaan baru yang menawarkan layanan serupa, PT. Pos Indonesia perlu memastikan bahwa mereka dapat bersaing tidak hanya dalam hal harga, tetapi juga dalam hal kualitas layanan. Digitalisasi dapat menjadi salah satu cara untuk mencapai tujuan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi manajemen perusahaan dalam merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan profitabilitas melalui digitalisasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi literatur akademis mengenai digitalisasi dan profitabilitas di sektor layanan. Meskipun banyak penelitian sebelumnya telah membahas topik ini, masih terdapat kekurangan dalam konteks perusahaan milik negara di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekurangan tersebut dan memberikan perspektif baru mengenai pengaruh digitalisasi terhadap profitabilitas di sektor layanan.

Tinjauan literatur mengenai pengaruh digitalisasi terhadap profitabilitas menunjukkan bahwa banyak penelitian telah dilakukan di berbagai sektor. Menurut Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking (Pangestuti, 2024), digitalisasi dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya, yang pada gilirannya dapat meningkatkan profitabilitas. Penelitian lain oleh Jurnal Lentera Bisnis (Ayu Megaawati, 2024) juga menunjukkan bahwa perusahaan yang mengadopsi teknologi digital cenderung memiliki kinerja finansial yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang tidak.

Berdasarkan data dari Jurnal Lentera Bisnis (Aisyah, 2024), perusahaan yang mengadopsi teknologi digital cenderung mengalami peningkatan dalam kinerja finansial mereka. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi bukan hanya sekadar tren, tetapi juga merupakan kebutuhan strategis bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh digitalisasi layanan terhadap profitabilitas PT. Pos Indonesia Persero, Tbk, serta untuk memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan tersebut.

Meskipun banyak penelitian sebelumnya telah membahas topik ini, penelitian ini akan memberikan perspektif baru dengan fokus pada perusahaan milik negara di Indonesia. Dengan menggunakan data dan informasi yang relevan dari periode 2019-2023, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai bagaimana digitalisasi dapat mempengaruhi kinerja finansial perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH DIGITALISASI LAYANAN TERHADAP**

PROFITABILITAS PADA PT. POS INDONESIA PERSERO, Tbk PERIODE 2019-2023”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh digitalisasi layanan terhadap nominal transaksi digital di PT. Pos Indonesia Persero, Tbk pada periode 2019-2023?
2. bagaimana pengaruh diitalisasi layanan terhadap kecepatana dan kualitas layanan, yang kemudian memengaruhi profitabilitas di PT. Pos Indonesia Persero, Tbk?
3. Sejauh mana digitalisasi layanan mempengaruhi profitabilitas yang diukur melalui Return on Assets (ROA) di PT. Pos Indonesia Persero, Tbk?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengevaluasi pengaruh digitalisasi layanan terhadap profitabilitas PT. Pos Indonesia Persero, Tbk. Secara lebih spesifik, tujuan penelitian ini mencakup:

1. Menganalisis pengaruh digitalisasi layanan terhadap nominal transaksi digital di PT. Pos Indonesia selama periode 2019-2023.
2. Mengukur seberapa besar pengruh digitalisasi terhadap kecepatan dan kualitas layanan di PT. Pos Indonesia
3. Mengukur dampak digitalisasi layanan terhadap profitabilitas perusahaan yang diukur melalui ROA.

1.4 Manfaat Penelitia

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis

maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan di bidang manajemen keuangan dan strategi bisnis, khususnya dalam konteks digitalisasi. Dengan menganalisis pengaruh digitalisasi terhadap profitabilitas, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori-teori yang ada mengenai digitalisasi dan kinerja perusahaan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang mengkaji tema serupa.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi manajemen PT. Pos Indonesia dalam merumuskan strategi digital yang lebih efektif. Dengan memahami pengaruh digitalisasi terhadap profitabilitas, manajemen dapat mengambil keputusan yang lebih tepat terkait investasi dalam teknologi baru, pengembangan produk, dan pemasaran. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi perusahaan lain yang ingin melakukan transformasi digital dalam rangka meningkatkan kinerja keuangan mereka.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Digitalisasi Layanan

Digitalisasi layanan merupakan transformasi yang mengintegrasikan teknologi digital dalam berbagai aspek operasional perusahaan. Dalam konteks PT. Pos Indonesia Persero, Tbk, digitalisasi layanan mencakup pengembangan platform digital untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Digitalisasi ini tidak hanya berfokus pada teknologi, tetapi juga pada perubahan dalam cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan dan mengelola sumber daya yang ada. Teori Resource Based View (RBV) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif suatu perusahaan berasal dari sumber daya dan kapabilitas yang dimilikinya, Barney (1991). Dalam konteks digitalisasi, PT. Pos Indonesia perlu memanfaatkan sumber daya yang ada, seperti infrastruktur teknologi informasi, keterampilan karyawan, dan data pelanggan untuk menciptakan nilai tambah.

Sumber daya yang berharga, langka, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat digantikan akan memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam hal ini, investasi dalam teknologi digital dapat dianggap sebagai sumber daya strategis yang dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Sebagai contoh, PT. Pos Indonesia telah meluncurkan aplikasi mobile yang memungkinkan pelanggan untuk mengakses layanan pengiriman dan pembayaran secara lebih mudah. Dengan adanya aplikasi ini, perusahaan dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Data dari laporan tahunan PT. Pos Indonesia menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi mobile meningkat sebesar 30% dari tahun 2019 hingga 2022, yang berkontribusi pada peningkatan pendapatan perusahaan (PT. Pos Indonesia, 2022).

2.2 Pengguna Layanan Digital

Pengguna layanan digital di PT. Pos Indonesia terdiri dari berbagai segmen, mulai dari individu hingga bisnis. Dengan semakin meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone di Indonesia, jumlah pengguna layanan digital juga mengalami pertumbuhan yang signifikan. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2021), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202 juta orang, dengan 98% di antaranya menggunakan smartphone. Hal ini menciptakan peluang besar bagi PT. Pos Indonesia untuk memperluas jangkauan layanan digitalnya. Davis (1989) mengemukakan teori Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori yang menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi baru. Model ini menekankan dua faktor utama: perceived ease of use (kemudahan penggunaan) dan perceived usefulness (manfaat yang dirasakan). Pada konteks PT. Pos Indonesia, penerimaan layanan digital oleh pelanggan sangat bergantung pada seberapa mudah mereka menggunakan platform digital yang disediakan dan seberapa besar manfaat yang mereka rasakan dari penggunaan layanan tersebut.

2.3 Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah konsep yang merujuk pada sejauh mana layanan yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Menurut (Zeithaml, 2019), 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 trasnsformasi layanan. Sehingga dapat di gunakan sebagai bentuk penilaian terhadap keberhasilan trasformasi dan juga menjadi landasan evaluasi untuk mengoptimalkan pelayanan.

2.4 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.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang cukup dari aktivitas operasionalnya. Menurut Kasmir (2015), profitabilitas mencerminkan efisiensi dan efektivitas manajemen dalam menggunakan sumber daya yang ada untuk menghasilkan keuntungan. Dua rasio yang sering digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah ROA dan ROE. ROA mengukur seberapa efektif perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba, sedangkan ROE menunjukkan seberapa baik perusahaan menghasilkan laba dari modal yang ditanamkan oleh pemegang saham. Dalam penelitian ini digambarkan melalui ROA karena variabel dinilai relevan dengan tujuan mengukur profitabilitas dari perusahaan dimana dalam variabel ROA mengambarkan dengan jelas ROA Tinggi, Menunjukkan bahwa perusahaan efisien dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba. Hal tersebut menjadi indikasi bahwa manajemen perusahaan baik dan strategi operasional efektif. ROA Rendah, Menunjukkan bahwa perusahaan mungkin tidak menggunakan asetnya secara efisien, yang bisa menjadi tanda masalah dalam manajemen atau strategi bisnis. Variabel sangat cocok untuk mengukur seberapa tinggi persentase profitabilitas yang dapat di peroleh dari pembukaan layanan digital.

ROA merupakan salah satu indikator kinerja yang penting dalam menilai profitabilitas perusahaan. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih dengan total aset. Semakin tinggi nilai ROA, semakin efisien perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Horne dan Wachowicz, 2021), perusahaan dengan

ROA yang tinggi menunjukkan bahwa manajemen mampu mengelola sumber daya dengan baik. Dalam konteks PT. Pos Indonesia, digitalisasi layanan diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional, yang pada gilirannya akan berdampak positif terhadap ROA.

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

2.5 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. Studi Kasus: PT. Pos Indonesia, Dalam periode 2019-2023, PT. Pos Indonesia telah meluncurkan berbagai inisiatif digital, termasuk aplikasi mobile dan platform e-commerce. Menurut laporan tahunan perusahaan, pada tahun 2021, PT. Pos Indonesia mencatatkan peningkatan laba bersih sebesar 15% dibandingkan tahun sebelumnya, yang sebagian besar disebabkan oleh peningkatan efisiensi

melalui digitalisasi (PT. Pos Indonesia, 2022). Data ini menunjukkan bahwa digitalisasi layanan tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan profitabilitas perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendapat dari para ahli yang menyatakan bahwa investasi dalam teknologi informasi dapat menjadi pendorong utama bagi pertumbuhan laba perusahaan di era digital.

BAB VII

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

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.

7.2 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. (2021). *Fundamentals of Financial Management*. Pearson.
- Investopedia. (2021). Return on Assets (ROA). <https://www.investopedia.com/terms/r/returnonassets.asp> (Diakses 25 januari 2025).
- 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.
- 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*.