

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN



#### 2.1 Sejarah Singkat

Berbicara tentang perkembangan PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung, berarti kita bisa melihat sejarah bangsa Indonesia yang telah melalui beberapa jaman, yaitu jaman penjajahan Jepang serta jaman kemerdekaan Indonesia. Komunikasi secara tertulis dalam bentuk surat walaupun hanya terbatas di lingkungan istana raja-raja telah berkembang di Indonesia sejak jaman kerajaan Mulawarman, Sriwijaya, Tarumanegara, Mataram, Purnawarman, dan Majapahit. Komunikasi tidak hanya terbatas hubungan dalam negeri saja melainkan meluas sampai ke negara tetangga, antara lain Birma, Siam, Harutama.

Kedatangan Belanda di bumi Nusantara merupakan awal terbentuknya surat menyurat Indonesia dengan Belanda. Hal ini ditandai dengan datangnya empat buah kapal Belanda dibawah pimpinan *Cornelis De Houtman* pada tahun 1596 yang membawa surat-surat untuk raja pertama di Batavia. Gubernur Jenderal *G. W. Baron* mendirikan kantor pos pertama di Batavia pada tanggal 26 Agustus 1746. Kemudian dengan ditemukannya pesawat telegraf oleh *Morse* tahun 1843, maka didirikan juga dinas telegraf. Pada tahun 1875 dinas pos bergabung dengan dinas telegraf. Selanjutnya pada tahun 1878 dibentuk Jawatan Pos dan Telegraf yang menjadi anggota UPU (*Universal Postal Union*-Uni Pos Sedunia).

Komunikasi dengan menggunakan telepon baru berlangsung pada tahun 1883 yang menghubungkan Gambir-Jakarta-Kota dan Tanjung Priuk. Untuk menggabungkan

Jawatan Pos dan Telegraf maka pada tahun 1906 didirikan *Post, Telegraf en Telefon Dierst* dengan *Staatsblad* nomor 395 tahun 1906 yang kemudian dikenal dengan sebutan PTT.

Dengan tibanya Jepang yang mengambil alih kekuasaan Belanda di Indonesia Jawatan PTT dibagi menurut struktur organisasi pemerintahan militer Jepang sehingga ada Jawatan PTT Sumatera, Jawa, dan Sulawesi. Jawatan PTT Republik Indonesia berdiri secara resmi pada tanggal 27 September 1945 setelah dilakukan pengambilalihan kantor pos PTT di Bandung oleh anak-anak PTT (AMPTT). Dalam peristiwa itu gugur sekelompok pemuda anggota AMPTT dan tanggal tersebut menjadi tonggak sejarah berdirinya Jawatan PTT RI dan diperingati sebagai Hari Bakti Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi (PARPOSTEL).

Pada tanggal 27 Desember 1949, Jawatan PTT mulai memusatkan perhatiannya pada perlengkapan bangunan yang rusak dan pembangunan gedung yang baru. Pada tahun 1960 pemerintah mengadakan reorganisasi alat-alat produksi dan distribusi yang ditujukan kearah pelaksanaan pasal 33 UUD 1945. Untuk itu dikeluarkan UU nomor 19 Prp tahun 1960. Berdasarkan UU tersebut semua perusahaan yang modal keseluruhannya merupakan kekayaan negara, baik yang terjadi karena pemisahan dari kekayaan negara maupun karena nasionalisasi, menjadi perusahaan negara.

Dengan Peraturan Pemerintah nomor 240 tahun 1961, dibentuklah Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Dengan Peraturan Pemerintah nomor 29 dan 30 tahun 1965, PN Postel dipecah menjadi dua perusahaan, yaitu PN Pos dan Giro dan PN Telekomunikasi. Dengan dikeluarkan UU nomor 9 tahun 1965 status Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dikelompokkan menjadi tiga status, yaitu:



1. Perusahaan Jawatan (PERJAN)
2. Perusahaan Umum (PERUM)
3. Perusahaan Perseroan (PERSERO)

Status PN Pos dan Giro diubah menjadi Perum Pos dan Giro berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 9 tahun 1978. Dalam menghadapi pertumbuhan dunia yang semakin marak dan penuh persaingan, diperlukan penyesuaian status badan usaha yang fleksibel dan dinamis agar mampu mengembangkan pelayanan yang lebih baik. Perubahan status Perum Pos dan Giro menjadi PT. Pos Indonesia (Persero) dilakukan berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 5 tahun 1995 dan mulai berlaku secara efektif tanggal 20 Juni 1995. Sebagai BUMN dimana motto “untuk anda kami ada” merupakan wujud nyata dari persepsi bahwa pelanggan yang merupakan inti dari pasar adalah prioritas utama dalam pelayanan.

Adapun fungsi Kantor Pos Kelas II Bandung adalah:

1. Pengelolaan Jasa Pos dan Giro, SDM, Pendidikan, Keuangan, Perusahaan, Kesekretariatan Perusahaan.
2. Pengembangan usaha dan pemasaran jasa Pos dan Giro serta jasa keagenan.
3. Pembangunan sarana dan fasilitas pelayanan Pos dan Giro.
4. Pelaksanaan penelitian, pengembangan dan penyusunan rencana kegiatan perusahaan, pengawasan fungsional.
5. Penyelenggaraan kerjasama dengan badan atau pihak lain yang dianggap perlu untuk pendirian anak perusahaan.

Kantor Pos Kelas II Bandung 40000 mempunyai tugas pokok, yaitu membangun, mengembangkan dan mengusahakan pelayanan Pos dan Giro dalam arti seluas-luasnya

guna mempertinggi kelancaran hubungan masyarakat umum baik di dalam maupun di luar negeri yang meliputi jasa pos, jasa keagenan dan jasa keuangan serta usaha-usaha lain yang menunjang jasa Pos dan Giro.

□ Visi Perusahaan

“PT. Pos Indonesia (Persero) adalah penyedia jasa pos bernilai tinggi dengan daya saing global”.

□ Misi Perusahaan

- ◆ Mengelola perusahaan sesuai dengan prinsip bisnis yang sehat dengan didukung oleh teknologi tepat guna dan sumber daya manusia profesional.
- ◆ Menyediakan layanan komunikasi, logistik, transaksi keuangan dan layanan pos lainnya yang memiliki nilai tambah tinggi bagi kepuasan pelanggan.
- ◆ Mengembangkan usaha yang memiliki daya saing kuat, baik di pasar domestik maupun di pasar global.
- ◆ Memberikan pelayanan untuk kemanfaatan umum yang menjangkau seluruh pelosok tanah air dengan perlakuan yang sama guna memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa serta mempererat hubungan antar bangsa.

□ Strategi umum Kantor Pos Bandung

“Membangun citra perusahaan melalui peningkatan kualitas layanan, marketing public relation yang terarah, manajemen kerja yang efektif dan implementasi prinsip Good Corporate Governance (GCG)”.



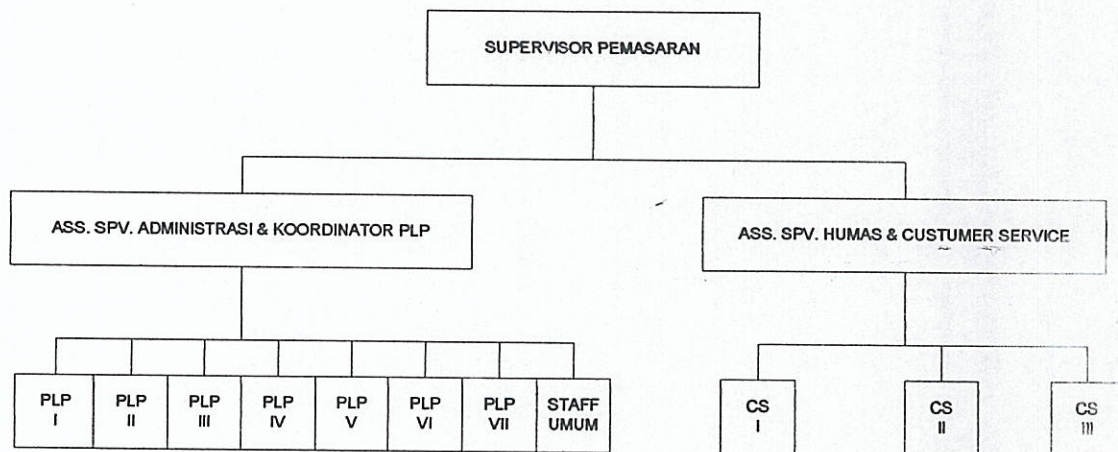
## 2.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi dirancang untuk membantu manajemen dalam mengatur dan mengarahkan seluruh aktivitas organisasi, sehingga dapat mempermudah pimpinan atau karyawan untuk mengetahui dan melaksanakan secara jelas tugas, wewenang dan tanggung jawab masing-masing.

Kantor Pos Kelas II Bandung 40000 dipimpin oleh seorang Kepala Kantor yang memiliki wewenang tertinggi di Kantor Pos. Selain itu juga terdapat unit-unit usaha yang berdiri sendiri dan langsung bertanggung jawab kepada Kepala Kantor Pos. Diantaranya bagian pemasaran dengan struktur organisasi sebagai berikut:

### Struktur organisasai Manajemen Pemasaran

Di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Bandung



Gambar 2.2

Sumber : PT. Pos Indonesia ( Persero) Kantor Pos Bandung 40000

### 2.3 Deskripsi Jabatan (Layanan Pos IV)

Berikut ini adalah uraian tugas pada bagian pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Supervisor Pemasaran
  - a. Koordinator seluruh kegiatan bagian pemasaran; pembinaan / prospecting pelanggan administrasi, kehumasan dan customer service
  - b. Pengawasan operasional bagian pemasaran serta pembinaan/ pengembangan SDM.
2. Assisten Supervisor Administrasi & Koord. PLP (Penata Layanan Pos)
  - a. Pelaksanaan / pengawasan administrasi
  - b. Koordinator kegiatan PLP melalui model PLP I, II, III, IV, V, VI, VII serta staf umum.
3. PLP I (Penata Layanan Pos I)
  - a. Pembinaan pelanggan lama, administrasi piutang, tagihan & pick-up service
  - b. Prospecting seluruh produk pos untuk pelanggan baru di wilayah Bandung Tengah
4. PLP II (Penata Layanan Pos II)
  - a. Pembinaan pelanggan lama, administrasi piutang, tagihan & pick-up service
  - b. Prospecting seluruh produk pos untuk pelanggan baru di wilayah Bandung Timur
5. PLP III (Penata Layanan Pos III)
  - a. Pembinaan pelanggan lama, administrasi piutang, tagihan & pick-up service
  - b. Prospecting seluruh produk pos untuk pelanggan baru di wilayah Bandung Barat



6. PLP IV (Penata Layanan Pos IV)

- a. Pembinaan pelanggan lama, administrasi piutang, tagihan & pick-up service
- b. Prospecting seluruh produk pos untuk pelanggan baru di wilayah Bandung Selatan

7. PLP V (Penata Layanan Pos V)

- a. Pembinaan pelanggan lama, administrasi piutang, tagihan & pick-up service
- b. Prospecting seluruh produk pos untuk pelanggan baru di wilayah Bandung Utara

8. PLP VI (Penata Layanan Pos VI)

Pembinaan pelanggan lama & prospecting bisnis logistic di seluruh wilayah Bandung

9. PLP VII (Penata Layanan Pos VII)

Pembinaan pelanggan lama & prospecting bisnis giro pos di seluruh wilayah Bandung

10. Staf Umum

- a. Administrasi, surat menyurat, Lap. Program Aksi, pengawasan piutang / tagihan serta kepegawaian
- b. Membantu / mendampingi SPV / PLP dalam pembinaan dan prospecting pelanggan.

11. Assisten Supervisor Humas & Customer Service

Sumber informasi untuk pihak eksternal melalui koordinasi dengan bagian terkait, Spv. Pemasaran, Man. Operasi serta KKP (media massa, brosur, spanduk, dll)

## 12. Customer Service I, II dan III

- a. Penanganan pengaduan / komplain pelanggan secara tuntas & dicatat dalam buku pengawasan
- b. Koordinasi dengan bagian terkait & SPP untuk penyelesaian pengaduan dan pertanyaan tentang produk pos

## 2.4. Aspek Kegiatan Perusahaan

PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Bandung sebagai agen pembangunan yang sedang dan ingin berkembang yang berperan secara aktif untuk membuka keterisolasian masyarakat baik di bidang komunikasi maupun teknologi maka PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Bandung mengemban misi sosial yang sudah lama dirasakan manfaatnya oleh masyarakat luas karena ditunjang oleh adanya jaringan pelayanan pos yang mencapai daerah terpencil di seluruh tanah air. Layanan pos tersebut diselenggarakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat mulai dari kebutuhan sarana komunikasi, jasa, pengiriman paket, sarana informasi dan lain-lain. Pada dasarnya usaha-usaha yang dilaksanakan oleh Kantor Pos Kelas II Bandung 40000 dalam memberikan jasa pelayanan kepada masyarakat bergerak dalam bidang:

### 1. Core Products

- a. Jasa Layanan Komunikasi

Misalnya: Surat Biasa, Kilat, Kilat Khusus, Tercatat, Kartupos, Surat Kabar, Express Mail Service



b. Jasa Layanan Logistik

Paketpos Biasa, Paket Kilat Khusus, Paketpos Optima dan Point to point service

c. Jasa Layanan Keuangan

Weselpos Biasa, Weselpos Prima, Weselpos Berlangganan, Giropos, Western union, Cek Pos Wisata serta Jasa Keagenan dan Payment Point (SOPP).

2. Extended Products

Meliputi : Bisnis Filateli

3. Expanded Products

Meliputi : Internet