

**LAPORAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN DI BAGIAN
CUSTOMER SERVICE PT. POS INDONESIA
WILAYAH BANDUNG**

Oleh :

TEJA DARMAWAN

41809705

PENDAHULUAN

Berawal dari gagasan, kemudian berkembang seiring kebutuhan, gagasan untuk memperlancar arus surat menyurat selama era kolonial Belanda telah diwujudkan oleh gubernur jeneral G.W.Baron dengan mendirikan kantor pos yang pertama di Batavia pada tanggal 26 Agustus 1946. Peranan kantor pos semakin penting dan berkembang, pada tahun 1978 untuk menyesuaikan diri dengan ketentuan baru yang mengatur tentang Perum Pos dan Giro. Dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat akan pelayanan jasa pos serta dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha penyelenggaraan jasa pos dan giro, maka pada tanggal 27 Februari 1995 Perum Pos dan Giro dirubah statusnya menjadi PT. Pos Indonesia (Persero).

Diperusahaan manapun pasti memiliki motto, visi dan misi yang berbeda-beda. Didalam perusahaan, motto, visi dan misi sangat penting keberadaannya karena dengan begitu perusahaan dapat menentukan semboyan, arah tujuan dan program yang akan dijalankan perusahaan. Begitupula dengan PT. Pos Indonesia yang memiliki Motto “Tepat Waktu Setiap Waktu”, Visi “Menjadi pemimpin

pasar di Indonesia dengan menyediakan layanan surat pos, paket dan logistik yang handal serta jasa keuangan yang terpercaya”, Misi “Berkomitmen kepada pelanggan untuk menyediakan layanan yang selalu tepat waktu dan nilai terbaik”.

Logo dari PT. Pos Indonesia itu sendiri dimana terdapat bola dunia dan burung merpati dapat diartikan bahwa PT. Pos Indonesia siap mengirimkan paket hingga keseluruhan dunia.

Posisi dari Humas dan *Customer Service* PT. Pos Indonesia wilayah Bandung berada dibawah pengawasan Manager Operasional, salah satu tugas dari Manager Operasional ialah melaksanakan kegiatan periklanan, pameran dan acara-acara resmi lainnya, yang juga dibantu oleh humas dimana bertugas untuk mempromosikan dan mengingatkan produk yang dikeluarkan oleh PT. Pos Indonesia. Humas dari Kantor Pos Wilayah Bandung ini dibantu oleh *Customer Service* dimana tugas dari *Customer Service* ini untuk memberikan solusi dan informasi kepada pelanggan Kantor Pos Wilayah Bandung.

Untuk menunjang aktivitas kerja karyawan PT. Pos Indonesia Wilayah Bandung, terdapat sarana dan prasarana yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia wilayah Bandung. Prasarana yang tersedia seperti ruang kerja, rapat, mushola, tempat parkir dan pantry. Adapun juga sarana yang tersedia seperti kursi dan meja kerja, perangkat computer, printer, lemari arsip, televisi, telepon, *Airconditioner* (AC) dan pengeras suara.

PT. Pos Indonesia Wilayah Bandung bertempat di Jl. Asia Afrika no.49
Bandung 40111. Telp. 022-4205703 – 022-4207081. Website :
www.posindonesia.co.id.

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan dilaksanakan selama 30 hari terhitung dari tanggal 9 Juli 2012 hingga 11 Agustus 2012. Aktivitas Praktek Kerja Lapangan yang selama penulis lakukan di PT. Pos Indonesia Wilayah Bandung terbagi menjadi dua bagian yaitu kegiatan rutin dan kegiatan incidental. Kegiatan rutin adalah kegiatan yang sering dilakukan penulis selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT. Pos Indonesia wilayah Bandung, sedangkan kegiatan insidental adalah kegiatan yang sifatnya terkadang dilakukan penulis selama Praktek Kerja Lapangan di PT. Pos Indonesia Wilayah Bandung.

Kegiatan rutin yang penulis lakukan pada saat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT. Pos Indonesia Wilayah Bandung adalah melayani pelanggan dengan menerima keluhan dari pelanggan lalu memberikan solusinya dan juga memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Kegiatan incidental yang dilakukan oleh penulis pada saat Praktek Kerja Lapangan di PT. Pos Indonesia Wilayah Bandung cukup banyak, seperti pengenalan Humas dan *Customer Service* PT. Pos Indonesia Wilayah Bandung oleh Bapak Suyud selaku Humas dari PT. Pos Indoensia Wilayah Bandung, pengarahan website PT. Pos Indonesia, pelacakan barang via online,

melaksanakan kegiatan Greeting, membuat brosur bertemakan Pekan Olah Raga Nasional (PON) 2012, mengaudit data pengaduan pelanggan, membuat formulir tuntutan ganti rugi dan membuat daftar harga untuk kiriman ke luar negri.

Pada dasarnya posisi *Public Relation* di PT. Pos Indonesia Wilayah Bandung belum *state of being* atau belum berdiri sendiri melainkan posisinya berada dibawah divisi Manajer Opresional. Akan tetapi apabila dilihat dari tugas dan fungsinya *Public Relation* dan *Customer Service* di PT. Pos Indonesia Wilayah Bandung ini sangat berkaitan dengan ilmu kehumasan, bukan saja dalam membentuk citra positif perusahaan tetapi terdapat juga komunikasi antarpribadi. Komunikasi antarpribadi terjadi saat penulis melayani pelanggan dari PT. Pos Indonesia Wilayah Bandung yang pada setiap harinya bertemu dengan orang-orang yang berbeda.

Selama melaksanakan Praktek Kerja lapangan dibagian *Customer Service* PT. Pos Indonesia Wilayah Bsndung, penulis mendapatkan banyak pelajaran yang dapat diambil. seperti melayani pelanggan, membuat brosur, mengikuti kegiatan greeting. Selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT. Pos Indonesia Wilayah Bandung, penulis mendapatkan perlakuan yang baik dari pihak PT. Pos Indonesia Wilayah Bandung dan juga suasana kerja yang hangat dan ramai sehingga penulis merasa nyaman melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT. Pos Indonesia Wilayah Bandung.

KESIMPULAN

Merujuk pada kegiatan yang telah penulis lakukan selama menjalankan Praktek Kerja Lapangan di PT. Pos Indonesia wilayah Bandung sebagai *Customer Service*, maka penulis mencoba menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. PT. Pos Indonesia adalah salah satu perusahaan BUMN terbesar di Indonesia yang bergerak dibidang jasa.
2. Humas di PT. Pos Indonesia Wilayah Bandung belum *State Of Being* atau belum melembaga, dikarenakan humas di PT. Pos Indonesia Wilayah Bandung berada dibawah naungan divisi *Manager Operasional*. Humas dan *Customer Service* PT. Pos Indonesia Wilayah Bandung memiliki segudang tugas dan perananya dalam peningkatan citra positif perusahaan, memberikan pelayanan terhadap pelanggan, serta melakukan banyak tugas lainnya yang menunjang pembentukan *corporate image*.
3. Kegiatan Rutin yang dilakukan adalah melakukan pelayanan pada pelanggan untuk mendapatkan informasi ataupun menyampaikan keluhannya..
4. Kegiatan Insidental yang dilakukan adalah membuat brosur, mengaudit data pengaduan pelanggan, membuat formulir tuntutan ganti rugi dan membuat daftar harga untuk kiriman ke luar negri.

DAFTAR PUSTAKA

- **Buku :**

Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.

Kriyantono, Rachmat. *Teknik Produksi Media Public Relation dan Publisitas Korporat*. Jakarta : PT. Fajar Interpratama Offset.

Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2003. *Dasar-Dasar Publik Relation*
Bandung : Remaja Rosdakarya.

• **Internet Searching :**

- <http://komunikasi-pembangunan.blogspot.com/2010/04/penulisan-press-release.html> (*Diunggah pada tanggal 15 November 2012, pukul 19.00 wib*)
- <http://www.jevuska.com/topic/pengertian+customer+service.html> (*Diunggah pada tanggal 16 november 2012, pukul 20.00 wib*)
- www.posindonesia.co.id/ (*Diunggah pada tanggal 16 november 2012, pukul 20.10 wib*)
- <http://www.lusa.web.id/komunikasi-antar-pribadi-interpersonal-communication> (*Diunggah pada tanggal 17 november 2012, pukul 20.00 wib*)
- <http://bahasa.kompasiana.com/2012/08/31/komunikasi-antar-pribadi> (*Diunggah pada tanggal 17 november 2012, pukul 20.15 wib*)

• **Sumber Lain :**

Arsip PT.Pos Indonesia Wilayah Bandung 2012