# BAB II
# MUSEUM PT. POS INDONESIA

## 2.1. Gambaran Umum PT. Pos Indonesia

### 2.1.1 Sejarah Singkat PT. Pos Indonesia

Berawal dari gagasan, berkembang seiring kebutuhan, gagasan untuk memperlancar alur surat-menyurat selama era kolonial Belanda telah diwujudkan oleh Gubernur Jenderal G.W. Baron van Imhoff dengan mendirikan Kantor Pos Yang pertama di Batavia pada tanggal 26 Agustus 1746. Peranan Kantor Pos semakin penting dan berkembang setelah penemuan teknologi Telegrap dan Telepon, sehingga dibentuk Jawatan Pos, Telegrap, dan Telepon (Jawatan PTT) pada tahun 1907.

Jawatan PTT merupakan bagian dari Departemen Perusahaan-perusahaan Pemerintah (Departement van Gouvernementsbedrijven) dan dikelola berdasarkan Undang-undang Perusahaan Negara Hindia Belanda (Indische Bedrijvenwet=IBW).

Seiring dengan tibanya Jepang yang mengambil alih kekuasaan Belanda di Indonesia, Jawatan PTT dibagi menurut struktur organisasi Pemerintah Militer Jepang sehingga ada Jawatan PTT Sumatra, Jawatan PTT Jawa, dan Jawatan PTT Sulawesi.

Jawatan PTT Republik Indonesia berdiri secara resmi pada tanggal 27 September 1945 setelah dilakukan pengambil alihan Kantor Pusat PTT di Bandung oleh Angkatan Muda PTT (AMPTT) dari Pemerintah Militer Jepang. Dalam peristiwa tersebut gugur sekelompok pemuda anggota AMPTT dan tanggal tersebut menjadi tonggak sejarah berdirinya Jawatan PTT Republik Indonesia dan diperingati setiap tahun sebagai Hari Bakti PTT dan yang kemudian menjadi Hari Bakti Parpostel.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang No. 19 Tahun 1960, Jawatan PTT dianggap memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh Undang-undang tersebut untuk menjadi Perusahaan Negara. Dengan demikian Jawatan PTT diubah statusnya menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel) berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 240 Tahun 1961. Agar diperoleh kebebasan bergerak yang lebih luas dalam mengembangkan usaha, PN Postel dipecah menjadi dua badan usaha, masing-masing PN Pos dan Giro dan PN Telekomunikasi berdasarkan PP No. 29 Tahun 1965 dan PP No. 30 Tahun 1965.

Dengan dikeluarkannya Undang-undang No. 9 Tahun 1969, status Badan Usaha Negara dikelompokkan menjadi tiga status yaitu :

- Perusahaan Jawatan (Perjan)
- Perusahaan Umum (Perum)
- Perusahaan Perseroan (Persero)

Status PN Pos dan Giro diubah menjadi Perum Pos dan Giro berdasarkan PP No. 9 Tahun 1978. sehubungan dengan terjadinya perubahan-perubahan dalam iklim usaha, status sebagai Perum disempurnakan khususnya yang menyangkut tata cara pembinaan dan pengawasan berdasarkan PP No. 24 Tahun 1984.

Menghadapi pertumbuhan dunia usaha yang semakin marak dan penuh persaingan, diperlukan penyesuaian status badan usaha yang lebih fleksibel dan dinamis agar mampu mengembangkan pelayanan yang lebih baik. Perubahan status Perum Pos dan Giro menjadi PT Pos Indonesia (Persero) dilaksanakan berdasarkan PP No. 5 Tahun 1995 tanggal 27 Februari 1995, dan perubahan tersebut secara efektif mulai berlaku pada tanggal 20 Juni 1995.

## 2.2. Profil Perusahaan

### 2.2.1 Visi dan Misi PT Pos Indonesia

**a. Visi**

Pos Indonesia senantiasa berupaya untuk menjadi penyedia sarana komunikasi kelas dunia, yang peduli terhadap lingkungan, dikelola oleh Sumber Daya Manusia yang profesional sehingga mampu memberikan layanan terbaik bagi masyarakat serta tumbuh dan berkembang sesuai konsep bisnis yang sehat.

**b. Misi**

1. Menyediakan sarana komunikasi yang andal dan terpercaya bagi masyarakat dan pemerintah guna menunjang pembangunan nasional serta memperkuat kesatuan dan keutuhan bangsa dan negara.
2. Mengembangkan usaha yang bertumpu pada peningkatan mutu pelayanan melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi tepat guna untuk mencapai kepuasan pelanggan serta memberikan nilai tambah yang optimum bagi karyawan, pemegang saham, masyarakat, dan mitra kerja.

**c. Misi Sosial PT Pos Indonesia**

Sebagai agen pembangunan, PT Pos Indonesia mengemban misi sosial yang sudah lama dirasakan manfaatnya oleh masyarakat luas, karena ditunjang oleh adanya jaringan pelayanan pos yang mencapai daerah-daerah terpencil di seluruh tanah air. Dengan demikian pos menjadi pelopor dalam membuka keterisolasian daerah baik di bidang komunikasi maupun distribusi barang dan jasa.

Sebagian kecil pelayanan tersebut adalah :

- Perluasan jangkauan pelayanan pos hingga mencapai daerah pedesaan dan daerah-daerah terpencil dengan menyediakan berbagai layanan pos guna memenuhi kebutuhan masyarakat.
- Penyaluran dana bagi Sarjana Pendamping Purna Waktu (SP2W) dalam rangka Program Inpres Daerah Tertinggal (IDT).

- Penyaluran Jaminan Hidup (Jadup) untuk para transmigran di berbagai lokasi transmigrasi.
- Penyelenggaraan Tabungan Keluarga sejahtera (Takesra) dan Kredit Usaha Keluarga Sejahtera (Kukesra) dalam rangka program pemerintah untuk mengentaskan kemiskinan.

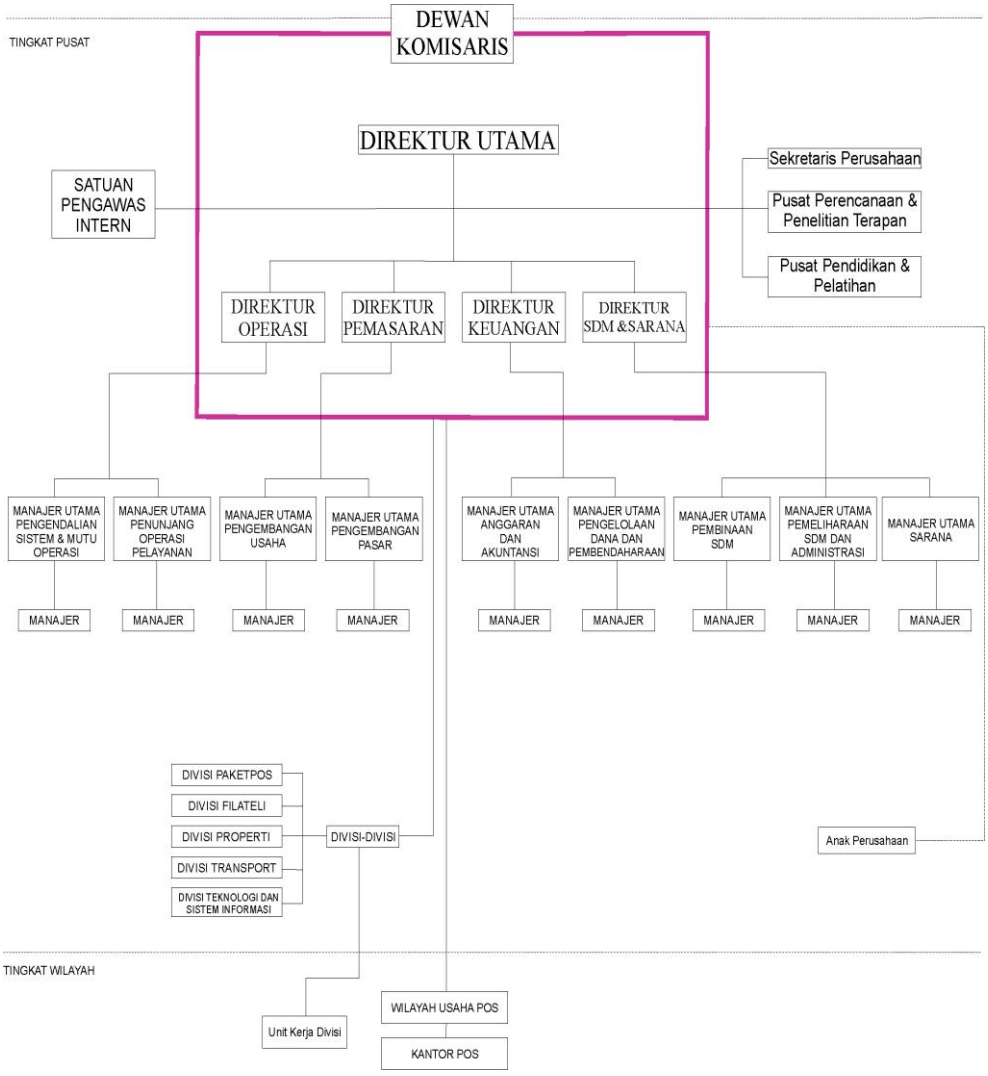
### 2.2.2 Komitmen PT Pos Indonesia

Memberikan pelayanan yang terbaik bagi pengguna jasa pos merupakan komitmen PT Pos Indonesia. Untuk mewujudkan hal tersebut, PT Pos Indonesia telah menetapkan prioritas operasional yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas sumber daya melalui beberapa program kerja.

- Modernisasi proses produksi dan administrasi. Integrasi jaringan telekomunikasi dalam peningkatan mutu dan ragam layanan
- Intensifikasi penggarapan layanan keuangan sebagai salah satu usaha andalan (*prime business*)
- Pembinaan Sumber Daya Manusia yang profesional dan trampil untuk mendukung tercapainya mutu layanan yang tinggi.

### 2.2.3 Struktur Organisasi Tingkat Pusat PT. Pos Indonesia (Persero)

Struktur Organisasi Tingkat Pusat PT. Pos Indonesia (Persero) dapat digambarkan sebagai berikut :




**Gambar II.1** *Bagan Struktur Organisasi PT Pos Indonesia*

### 2.2.4 Deskripsi Jabatan PT Pos Indonesia

Uraian Pekerjaan di tiap bagian di PT. Pos Indonesia adalah sebagai berikut :

**a. Komisaris**

Tugas Komisaris adalah sebagai berikut :

1. Melakukan pengawasan terhadap kebijakan pengurusan Perseroan yang dilakukan Direksi serta memberi nasihat kepada Direksi termasuk mengenai rencana pengembangan Perseroan, rencana kerja dan anggaran tahunan Persero, pelaksanaan ketentuan Anggaran Dasar dan RUPS.
2. Melakukan tugas, wewenang, dan tanggung jawab sesuai dengan ketentuan-ketentuan dalam anggaran dasar dan RUPS.
3. Melaksanakan kepentingan Perseroan dengan memperhatikan kepentingan para Pemegang Saham dan bertanggung jawab kepada RUPS.
4. Meneliti dan menelaah laporan tahunan yang disiapkan Direksi serta menandatangani laporan tersebut.

**b. Direksi**

Tugas Direksi adalah sebagai berikut :

1. Memimpin, mengurus, dan mengelola perusahaan sesuai dengan tujuan perusahaan serta senantiasa berusaha meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan.
2. Menguasai, memelihara, dan mengurus kekayaan perusahaan.
3. Mengoptimalkan pemanfaatan aktiva tetap dan aktiva bergerak, fasilitas sisitem informasi, fasilitas pendidikan, dan pelatihan serta fasilitas pemeliharaan atau perbaikan.
4. Mewakili perusahaan di dalam dan di luar pengadilan.

5. Menyiapkan rencana Jangka Panjang dan Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan Perusahaan.
6. Menyusun sistem akuntansi berdasarkan prinsip-prinsip pengendalian intern, dengan memperhatikan pemisahan fungsi pengurusan, pencatatan, penyimpanan, dan pengawasan kekayaan perusahaan.
7. Menyiapkan susunan organisasi perusahaan lengkap dengan rincian tugasnya.
8. Mengangkat dan memberhentikan pegawai perseroan sesuai dengan peraturan kepegawaian yang berlaku bagi perusahaan.
9. Menetapkan gaji, pensiun atau jaminan hari tua dan penghasilan lain bagi para pegawai perusahaan serta mengatur semua hal kepegawaian lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku bagi perusahaan.
10. Memberikan segala keterangan tentang keadaan dan jalannya perusahaan, baik dalam bentuk laporan tahunan, maupun laporan berkala menurut cara dan waktu yang ditentukan dalam Anggaran Dasar Perusahaan dan ketentuan lain yang berlaku bagi perusahaan serta setiap kali diminta oleh RUPS.
11. Menjalankan kewajiban-kewajiban lainnya berdasarkan ketentuan dalam Anggaran Dasar Perusahaan dan RUPS.

Dalam menjalankan tugas dan fungsi Direksi tersebut, ditetapkan pembagian tugas sebagai berikut :

**1. Direktur Utama**

Tugas Direktur Utama adalah sebagai berikut :

a. Untuk dan atas nama Direksi menjalankan dan bertanggung jawab atas segala Ketentuan RUPS.
b. Bertindak atas nama Direksi sebagai wakil perusahaan baik di dalam dan di luar pengadilan dan melakukan segala

tindakan atau perbuatan baik yang berkaitan dengan kepengurusan maupun kepemilikan serta mengikat kerja sama dengan pihak lain.

c. Mengkoordinasi dan mengendalikan pelaksanaan tugas Direksi, Kepala Satuan Pengawas Intern, Sekertaris Perusahan, Kepala Pusat Penelitian dan Pengembangan, dan Kepala Wilayah Usaha Pos serta mengusulkan dan memimpin rapat direksi.
d. Menerima pertanggung jawaban tugas Kepala Satuan Pengawasan Intern.
e. Mengadakan hubungan dengan pihak luar terutama mengenai hal-hal yang menyangkut kebijaksanaan pengembangan perusahaan dan kebijaksanaan lainnya yang bersifat umum.

**2. Direktorat Operasi**

Direktorat operasi dipimpin oleh Direktorat Operasi yang bertugas membina dan mengendalikan kegiatan pelayanan jasa komunikasi, logistik serta jasa keuangan atau keagenan dan filateli, baik untuk hubungan di dalam maupun di luar negeri.

Direktorat Operasi ini terdiri dari 8 sub bagian :

a. Sub direktorat Bina Operasi
    1. Bagian Jaringan Lalu Lintas
    2. Bagian Jaringan Layanan
b. Sub Direktorat Bina Mutu Layanan
    1. Bagian Standar Layanan
    2. Bagian Kendali Mutu
    3. Bagian Pengembangan Mutu
c. Unit Bisnis Komunikasi

Unit Bisnis Komunikasi ini dipimpin oleh seorang *General Manajer,* yang mempunyai tugas mengelola dan mengembangkan bisnis komunikasi serta meningkatkan

daya saing layanan komunikasi. Manajer ini bertanggung jawab terhadap perkembangan dan pencapaian kinerja manajemen unit bisnis komunikasi. Unit bisnis komunikasi ini dibagi menjadi dua :

1. Bagian Target dan Kinerja Bisnis Komunikasi (Tarkinkom)

   Bagian Target dan Kinerja Bisnis Komunikasi ini dipimpin oleh seorang manajer yang mempunyai tugas pokok menyusun target dan analisis kinerja produk komunikasi dan laporan realisasinya. Manajer ini bertanggung jawab terhadap akurasi penetapan target dan alokasinya ke wilayah serta meningkatkan kinerja manajemen unit bisnis komunikasi.

   Bagian tarkinkom ini dibagi lagi menjadi dua bagian :

   a. Sub Bagian Penetapan Target dan Kinerja Bisnis Komunikasi

      Pada bagian ini tugas pokoknya adalah menetapkan target dan analisis kinerja unit bisnis.

   b. Sub Bagian Administrasi dan Pelaporan Bisnis Komunikasi

      Pada bagian ini tugas pokoknya adalah menetapkan target dan analisi kinerja unit bisnis.

2. Bagian Pemasaran Bisnis Komunikasi (Pemsarkom)

   Bagian Pemasaran Bisnis Komunikasi dipimpin oleh seorang manajer yang mempunyai tugas pokok yaitu menyelenggarakan aktivitas pemasaran, penjualan produk, penelitian pasar, intelejen pasar, analisi pesaing, analisis mitra strategis, pengembangan produk komunikasi, dan pengelolaan gemar berkirim surat. Manajer ini bertanggung jawab terhadap aktivitas kegiatan pemasaran layanan bisnis komunikasi, dan

bertanggung jawab terhadap kesediaan layanan sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen.

Bagian Pemsarkom ini membawahi suatu sub bagian, yaitu : Sub Bagian Pemasaran dan Pembinaan Pelanggan Bisnis Komunikasi. Sub bagian ini mempunyai tugas pokok, yaitu melakukan aktivitas pemasaran dan penjualan produk layanan bisnis komunikasi, akuisisi pelanggan baru, kepuasan pelanggan, dan merancang sistem pengembangan budaya berkirim surat.

d. Unit Bisnis Logistik
    1. Bagian Target Kinerja Bisnis Logistik
    2. Bagian Pemasaran Bisnis Logistik
e. Unit Bisnis Keuangan dan Keagenan
    1. Bagian Target dan Kinerja Bisnis Keuangan
    2. Bagian Pemasaran Bisnis Logistik
    3. Bagian Pengelolaan Utang Piutang Usaha Keuangan dan Keagenan
f. Unit Bisnis Filateli

**3. Direktorat Perencanaan, Teknik dan Sarana**

Direktorat Perencanaan, Teknik dan Sarana dipimpin oleh Direktur Perencanaan, Teknik dan Sarana yang mempunyai tugas menyusun rencana strategis, rencana bisnis, dan rencana jangka pendek yang relevan sebagai tahapan pencapaian tujuan perusahaan dan melakukan aktivitas rekayasa proses bisnis serta mengelola prasarana dan property. Direktorat Perencanaan, Teknik dan Sarana terdiri dari :

a. Sub Direktorat Perencanaan
    1. Bagian perencanaan strategis
    2. Bagian perencanaan usaha
    3. Bagian perencanaan data
b. Sub Direktorat Teknik dan Sasaran

1. Bagian teknik dan sistem informasi
2. Bagian perangko dan materai
3. Bagian peralatan
4. bagian bangunan dan kendaraan

c. Bagian Sekretaris Direktorat Perencanaan, Teknik dan Sarana

**4. Direktorat Keuangan**

Direktorat Keuangan dipimpin oleh Direktur Keuangan yang bertugas membina dan mengelola keuangan perusahaan dan penyertaan modal perusahaan serta menetapkan kebijakan harga pokok produksi. Direktorat Keuangan terdiri dari :

a. Bagian Sekretaris Direktorat Keuangan

Bagian Sekretaris Direktorat Keuangan ini mempunyai tugas pokok mengkoordinasi penyusunan laporan Direktorat Keuangan, menyiapkan naskah instruksi, membuat surat edaran Direktur Keuangan, dan menyelenggarakan kesekretariat Direktorat Keuangan.

b. Sub Direktorat Pengendalian Keuangan

Sub Direktorat Pengendalian Keuangan mempunyai tugas menetapkan dan mengembangkan kebijakan, sistem dan prosedur akuntansi serta struktur permodalan perusahaan serta kebijakan investasi, sehingga tercapainya performansi keuangan yang kuat dan sehat sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta mengawasi penyusunan anggaran pendapatan dan biaya perusahaan.

1. Bagian Akuntansi

Bagian Akuntansi mempunyai tugas untuk mengelola, mengembangkan, dan melaksanakan kebijakan sistem dan prosedur akuntansi serta mengawasi pertanggung jawaban keuangan perusahaan,

sehingga menjamin tercapainya kinerja keuangan perusahaan yang sehat.

2. Bagian Anggaran dan Investasi

Bagian anggaran dan investasi mempunyai tugas mengelola dan menyusun alokasi anggaran dalam rangka menyusun rencana kerja dan anggaran perusahaan. Selain itu bagian anggaran dan investasi juga mempunyai tugas mengkonsolidasi dan menjamin ketersediaan sumber pendanaan dan pengalokasiannya ke seluruh unit organisasi serta mengawasi pelaksanaannya.

3. Bagian Akuntansi Biaya

Bagian akuntansi biaya mempunyai tugas mengembangkan dan menyusun formulasi struktur biaya dan harga pokok serta mekanisme perhitungan harga transfer sebagai dasar penetapan kebijakan harga dan penilaian kinerja setiap unit organisasi.

c. Sub Direktorat Pembendaharaan

Sub direktorat pembendaharaan mempunyai tugas mengelola keuangan, menetapkan strategi, dan kebijakan pengelolaan kas serta mengendalikan penyertaan modal perusahaan, sehingga mampu memberikan kontribusi seoptimal mungkin. Sub direktorat perbendaharaan terbagi menjadi :

1. Bagian Pengelolaan Kas

Tugas pokoknya adalah mengelola, mengendalikan, dan menganalisis likuiditas perusahaan serta portofolio investasi keuangan, sehingga mampu memberikan nilai tambah yang optimal bagi perusahaan.

2. Bagian Pengendalian dan Penyertaan Modal Perusahaan

Tugas pokoknya adalah menganalisis dan mengevaluasi serta melaporkan kinerja finansial dan

operasi anak perusahaan (*Joint Venture),* sehingga mampu memberikan informasi yang komprehensif tentang perkembangan suatu anak perusahaan.

**5. Direktorat Sumber Daya Manusia**

Direktorat Sumber Daya Manusia dipimpin oleh Direktur Sumber Daya Manusia yang bertugas untuk membina, mengelola, dan memelihara kesejahteraan sumber daya manusia serta mengembangkan organisasi dan sistem manajemen.

Direktorat Sumber Daya Manusia terdiri dari :

1. Sub Direktorat Pelatihan
   a. Bagian Penyelenggaraan Pelatihan
   b. Bagian Bina Program
   c. Bagian Umum Pelatihan
2. Sub Direktorat Pengembangan Sumber Daya Manusia
   a. Bagian Perencanaan Sumber Daya Manusia
   b. Bagian Pembinaan Sumber Daya Manusia
   c. Bagian Informasi dan SIM sumber Daya Manusia
   d. Bagian Organisasi
3. Bagian Pemeliharaan Sumber Daya Manusia
4. Bagian Sekretariat Sumber Daya Manusia

**6. Satuan Pengawas Intern (SPI)**

Satuan Pengawas Intern (SPI) berada di bawah pimpinan Kepala Satuan Pengawasan Intern (SPI).

a. Bidang Pengawasan Keuangan

Tugas pokoknya adalah memeriksa dan mengevaluasi sistem pelaporan dan pelaksanaan pembukuan keuangan yang dilakukan setiap usaha/unit/bagian sesuai dengan rencana dan kebijakan ditetapkan perusahaan.

b. Bagian Pengawasan Operasional

Tugas pokoknya adalah memeriksa dan mengevaluasi pelaksanaan sistem operasi bisnis perusahaan sesuai dengan Standar Operasional Produk (SOP) dan kualitas layanan yang telah ditetapkan dan atau dijanjikan.

c. Satuan Pengawasan Intern (SPI) Wilayah

Tugas pokoknya adalah melaksanakan pemeriksaan bidang keuangan dan bidang operasional Unit Pelaksanaan Teknik (UPT) di wilayah yang bertalian serta memberikan saran-saran perbaikan. Satuan Pengawas Intern (SPI) wilayah ini terdiri dari :

1. Bagian Pengawasan Keuangan
2. Bagian Pengawasan Operasional

**7. Sekretariat Perusahaan**

Sekretariat Perusahaan dipimpin oleh sekretaris perusahaan yang bertanggung jawab kepada direksi. Sekertaris perusahaan ini mempunyai tugas yang bertanggung jawab kepada direksi. Sekertaris perusahaan ini mempunyai tugas pokok mengkoordinasi seluruh kegiatan anggota direksi dengan seluruh unit perusahaan yang terkait dan membina serta mengelola kegiatan kesekretariatan. Direktur Utama, kegiatan bidang hokum, hubungan masyarakat, hubungan internasional, serta dokumentasi, serta rumah tangga kantor pos, dan mengkoordinasi pelaksanaan kegiatan pengawasan melekat. Sekertaris perusahaan ini terdiri dari :

a. Bagian Sekretariat Direktur Utama
b. Bagian Hukum
c. Bagian Komunikasi Korporat
d. Bagian Hubungan Internasional
e. Bagian Dokumen dan Museum

**8. Pusat penelitian dan Pengembangan**

Pusat penelitian dan pangembangan dipimpin oleh kepala pusat penelitian dan pengembangan yang bertanggung jawab kepada direksi. Tugas pokoknya adalah melakukan penelitian-penelitian dan pengembangan sistem manajemen.

### 2.2.5 Usaha PT Pos Indonesia

PT Pos Indonesia sebagai penyedia sarana komunikasi usaha pos tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi. Secara garis besar, usaha pos dapat dikategorikan menjadi usaha pokok (core business) dan usaha penunjang (non-core business).

**a. Usaha Pokok**

1. Layanan Fisik :
   - Layanan Suratpos
   - Layanan Paket Pos
   - Layanan Keuangan
   - Layanan Filateli
2. Layanan Elektronik dengan Wasantara-net sebagai tulang punggungnya, untuk menyajikan fasilitas-fasilitas :
   - Internet, layanan dengan efisiensi tinggi yang memberikan akses kepada informasi global melalui fasilitas berikut :
     - Surat Elektronik (e-Mail)
     - File Transfer
     - World Wide Web Information Access
   - Electronic Data Interchange (EDI) untuk membentuk jaringan informasi berbasis data, seperti :
     - AgroNet
     - EkoNet
     - SosioNet
   - Hybrid Mail :

- Surat Bisnis Elektronik
- Direct Mail
- Weselpos Elektronik
- Telegram

- Intranet

  Pengembangan jaringan untuk perusahaan (organisasi) dengan menerapkan teknologi dan arsitektur internet. Internet membantu dalam menekan biaya komunikasi, mempermudah dan mempercepat kemampuan akses informasi dengan sistem pengamanan (security) tersendiri.

- Warposnet (Warung Pos Internet)

  Sarana untuk mengakses Internet yang disediakan di setiap kantor pos dalam jaringan Wasantara-net. Melalui Warposnet masyarakat dapat menikmati semua fasilitas internet tanpa harus memiliki komputer pribadi.

**b. Usaha Penunjang**

- Usaha Properti yang antara lain dapat memberikan layanan penyewaan ruang/tempat
- Usaha Transportasi
- Bank Pos
- Freight & Forwarding
- Belanja Lewat Pos
- Berbagai pelayanan Jasa Keagenan

### 2.2.6 Aneka Layanan dan Pelayanan Pos

**a. Layanan Pos**

**1. Suratpos**

Layanan standar pengiriman berita yang tersedia di semua kantor pos dengan tarif seragam, baik untuk perhubungan di dalam maupun luar negeri.

Klasifikasi pengiriman jenis suratpos adalah surat, kartupos, warkatpos, barang cetakan, majalah, sekogram (braille), dan bungkusan.

**2. Surat Kilat**

Layanan untuk kiriman pos cepat di dalam negeri (urgent mail) yang menjangkau seluruh Indonesia dengan prioritas kecepatan dalam penyaluran dan pengantarannya.

**3. Surat Kilat Khusus (SKH)**

Layanan yang terdokumentasi sebagai solusi tepat kiriman pos di dalam negeri sehingga dapat dilakukan jejak lacak guna mengetahui status kiriman. Jaringan SKH tersebar di lebih 220 kota di Indonesia dengan waktu tempuh antara 24 jam sampai dengan 48 jam.

**4. Express Mail Service (EMS)**

Layanan cepat pengiriman berita atau barang sebagai solusi tepat kiriman pos internasional dengan fasilitas jejak lacak guna mengetahui status kiriman. Jaringan EMS tersebar luas ke dan dari 46 negara terkemuka dengan waktu tempuh antara dua sampai lima hari.

**5. Ratron**

Layanan Surat Elektronik (Ratron) yang merupakan hibrida antara surat secara fisik dengan transmisi data melalui jaringan telekomunikasi. Hasil transfer data berupa copy naskah asli akan diantarkan kepada alamat penerima dalam sampul tertutup dengan jaminan waktu tempuh maksimal 6 jam.

**6. Ratron Simpati**

Layanan Surat Elektronik untuk berbagai ucapan simpati. Hasil transfer data berupa pesan pribadi dalam bentuk surat/kartu ucapan akan diantarkan kepada alamat yang dituju.

**7. Surat Bisnis Elektronik (SBE)**

Layanan hibrida antara transmisi data elektronik dengan antaran fisik suratpos. Jenis layanan ini sangat tepat untuk pengiriman surat atau berbagai jenis tagihan dalam jumlah besar sehingga merupakan solusi korespondensi masal. Proses pekerjaan yang dapat dilakukan oleh SBE adalah mulai pencetakan, pelipatan, pemasukan kedalam sampul dan pengeleman yang diproses secara komputerisasi dengan mesin kecepatan tinggi, sampai dengan pengantaran. Layanan SBE sementara baru terdapat di Sentral Pengolahan Pos Jakarta.

**8. Wesel Pos**

Layanan transfer uang sebagai solusi kiriman uang ke seluruh Indonesia. Tersedia beberapa jenis layanan weselpos yaitu: Weselpos Biasa, Weselpos Kilat, Weselpos Kilat Khusus, Weselpos Elektronik (westron), Weselpos Berlangganan, Weselpos Tebusan dan Weselpos Luar Negeri ke/dari beberapa Negara.

**9. Giro Pos**

Layanan keuangan untuk menampung, menyimpan dan membayar berbagai transaksi, baik untuk pemegang rekening perorangan maupun perusahaan/ keperluan bisnis di seluruh Indonesia.

**10. Cek Pos Wisata (CPW)**

Layanan keuangan sebagai solusi dana perjalanan karena dapat diuangkan di semua kantor pos. tersedia beberapa harga nominal CPW mulai dari Rp. 10.000,- sampai dengan Rp. 250.000,-. Beberapa hotel, restoran, travel biro, dan tempat-tempat lainnya telah menerima CPW sebagai alat pembayaran.

**11. Paket Pos**

Layanan untuk pengiriman barang yang dapat dilakukan di semua kantor pos, baik untuk perhubungan dalam negeri maupun luar negeri. Klasifikasi paketpos dapat dibedakan dari cara pengangkutannya yaitu :

- Paketpos darat/laut untuk perhubungan darat/laut
- Paketpos udara untuk perhubungan udara

Khusus untuk jalur lintas Sumatera, Jawa dan Bali, transportasi dilakukan oleh armada sendiri yang disebut Armada Paketpos (Arpak).

**12. Belanja Lewat Pos (BLP)**

Menyadari bahwa persebaran masyarakat yang sangat luas di seluruh Indonesia, PT Pos Indonesia bekerjasama dengan mitra kerja menyediakan layanan BLP (Mail Order) sebagai solusi belanja jarak jauh berbagai produk. Manfaat bagi konsumen adalah mendapatkan produk-produk pilihan dengan harga yang sama di seluruh Indonesia. Deskripsi dan ilustrasi produk digelar dalam catalog/brosur yang diterbitkan secara berkala. BLP juga memberikan manfaat yang positif bagi produsen, melalui BLP dapat langsung mengakses pasar nasional tanpa harus membangun jaringan distribusi sendiri.

**13. Pos Plus**

Berbagai layanan dengan nilai tambah yang dikemas melalui sarana pelayanan Pos Plus sehingga dapat memberikan solusi untuk semua jenis kiriman pos. Fleksibilitas dan kehandalan layanan adalah prioritas utama yang diberikan oleh Pos Plus sehingga layanan pos lebih '*customised'* sesuai dengan kebutuhan pelanggan, antara lain :

- Kiriman Hari Ini Sampai (KHIS)
- Kiriman Esok Sampai (KES)
- Penanganan khusus atas kiriman, termasuk tata cara pengeposan kiriman, pembayaran, dan pembuatan laporan atas penerimaan kiriman oleh alamat yang dituju, dll.

**14. Filateli**

Dalam upaya meningkatkan kualitas dan memperkaya kazanah hobi mengumpulkan prangko atau filateli, telah dikembangkan pula produk-produk filateli yang lebih atraktif dengan tema penerbitan yang bervariasi. Menyadari bahwa filateli adalah benda koleksi yang banyak diminati para penggemarnya, maka usaha bisnis filateli telah ditangani oleh suatu divisi agar lebih fleksibel dan akrab dalam melangkah bersama filatelis dan masyarakat.

**15. Wasantara-net (W-net)**

Layanan pertukaran informasi melalui internet sebagai solusi komunikasi baik untuk lingkup dalam maupun luar negeri. Sebagai Jaringan Komunikasi Nasional, W-net saat ini telah hadir di 27 propinsi – 31 kota besar.

Titik layanan W-net yang tersebar luas memberikan dampak efisiensi dalam mengakses informasi global. Masyarakat dapat mengakses W-net melalui PC mereka atau apabila tidak memiliki PC mereka dapat mengaksesnya melalui fasilitas Warung Pos Internet (Warpos-*Cybercafe*) yang tersedia di kantor-kantor pos dan tempat-tempat lainnya.

**b. Pelayanan**

**1. Pos Serba Ada (POSERBA)**

Pengembangan fasilitas pelayanan fisik loket kantor pos dengan mengacu pada konsep *one stop shopping.* Poserba hadir untuk melayani tuntas segala kebutuhan tentang pos yang dikemas dalam tatanan baru untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi setiap pengunjung yang datang. Poserba menyediakan semua kebutuhan yang berhubungan dengan pos dan berbagai alat tulis menulis termasuk kartu ucapan dan benda filateli dalam kemasan khusus. Poserba berada baik di kantor pos maupun di tempat lain yang strategis.

**2. Pos Pemasaran Keliling (POSARLING)**

Perkayaan kapasitas pelayanan pengantar pos yang selain mengantarkan kiriman pos, juga ditambah sebagai pelayanan kebutuhan pos lainnya seperti penjualan benda pos dan materai, penerimaan kiriman pos dan lain-lain sehingga lebih mendekatkan layanan pos kepada masyarakat. Posarling hadir mengunjungi masyarakat setiap hari dengan sepeda motor dan seragam khas serta dilengkapi dengan bunyi melodi yang menandai kehadiran posarling yang siap memberikan berbagai pelayanan pos.

**3. Halo Pos-161**

Kebutuhan masyarakat untuk selalu mudah menghubungi kantor pos melalui saluran telepon yang praktis diwujudkan dalam Halo Pos-161 yang merupakan media informasi dan layanan pos. Nomor telepon tiga digit 1-6-1, mudah untuk diingat dan seragam di setiap kota yang dapat digunakan baik untuk permintaan informasi tentang layanan pos maupun dijadikan media permintaan untuk segera mendapatkan layanan pos, seperti penjemputan kiriman pos dan lain-lain.

Sarana Halo Pos 161 menjadikan kantor pos selalu siap melayani setiap saat. Fasilitas ini ditujukan agar pelanggan hemat waktu, biaya, dan upaya untuk selalu dekat dengan jangkauan pelayanan pos.

**c. Layanan Keagenan**

Pelayanan Jasa Keagenan dilakukan oleh PT Pos Indonesia untuk kepentingan pihak ketiga, yaitu :

- Penabungan dan pembayaran untuk Bank Tabungan Negara
- Pemotongan pensiun ex bank kreditur
- Pembayaran pensiun TASPEN dan ASABRI
- Penjualan benda materai untuk Direktorat Pajak

### 2.2.7 Pembinaan Sumber Daya Manusia

Mutu pelayanan yang terbaik hanya mungkin dicapai bila pelayanan dilakukan oleh tenaga yang benar-benar professional dan terampil. Oleh karena itu PT Pos Indonesia senantiasa berupaya meningkatkan profesionalisme Sumber Daya Manusianya secara simultan pada semua tingkat, melalui berbagai pendidikan dan pelatihan disesuaikan dengan perkembangan bisnis perusahaan, antara lain melalui pelatihan para Petugas Gugus

Depan, Pelatihan Penata Pelayanan Pos, Kursus Kader Pimpinan, termasuk berbagai pendidikan dan pelatihan lainnya baik yang dilaksanakan di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Pos di Bandung maupun di wilayah-wilayah, yang pelaksanaannya bekerja sama dengan berbagai perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya.

Sebagai badan usaha, PT Pos Indonesia tidak terlepas dari kecenderungan-kecenderungan yang terjadi dalam dunia bisnis. Semakin tumbuh sebuah perusahaan semakin nyata kendala-kendala yang dihadapinya, antara lain :

- Meningkatnya volume pekerjaan
- Berkembangnya ragam layanan
- Semakin terbatasnya sumber daya yang tersedia, dan
- Persaingan yang semakin ketat

Untuk mengatasi semua itu PT Pos Indonesia sejak dini hari telah mengupayakan solusi dengan cara menjalin kerja sama dan kemitraan bisnis dengan pelanggan besar, pemasok bahan baku, mitra binaan, dan mitra terkait. Sebagai contoh dapat dikemukakan kerja sama dengan Bank BNI, Citibank, Bank Bali, PT Telkom, PT Indosat, Perusahaan Daerah Air Minum, Dewan Kerajinan Nasional, Depdikbud, PT Asuransi Tenaga Kerja, perusahaan-perusahaan angkutan penerbangan dan angkutan darat/laut.

### 2.2.8 Wilayah Usaha Pos dan Jaringan Pelayanan

**a. Wilayah Usaha Pos**

Untuk memudahkan pengelolaan dan pengawasan terhadap kegiatan operasional, PT Pos Indonesia memiliki 11 Wilayah Usaha Pos yang meliputi seluruh wilayah Indonesia.

**b. Jaringan Pelayanan Pos**

Pos Indonesia memiliki jaringan pelayanan luas yang tersebar seluruh pelosok tanah air :

- Kantor pos 4.828 buah

- Terminal Pos Keliling Kota 1.386 buah
- Terminal Pos Keliling Desa 10.363 buah
- Unit pelayanan pos lainnya (Depot Benda Pos Dan Materai, Rumah pos, Agenpos Kota/Desa, Pos Desa, Warpos Kesra) 9.602 buah
- Pos Sekolah 1.269 buah
- Jumlah titik pelayanan 27.448 buah

## 2.3 Pekerjaan yang Diterima di Perusahaan

Adapun pekerjaan yang diterima oleh penulis di PT. Pos Indonesia adalah membuat desain brosur Museum Pos Indonesia.

## 2.4 Pekerjaan yang Sudah Dikerjakan di Perusahaan

Pekerjaan yang telah penulis sesesaikan selama kerja praktek di PT. Pos Indonesia adalah membuat beberapa alternatif desain brosur Museum Pos Indonesia.

## 2.5 Benda Koleksi Museum

Museum Pos Indonesia mempunyai benda koleksi berupa prangko-prangko dan benda filateli lainnya, peralatan yang dipergunakan layanan Pos semenjak jaman Hindia-Belanda, dan benda-yang bernilai sejarah. Oleh karena itu untuk member kemudahan dan mengenal benda-benda koleksi museum bagi masyarakat, maka seluruh benda koleksi dikelompokan dalam 3 kelompok penyajian yaitu:

### 2.5.1 KOLEKSI SEJARAH

salah satu koleksinya yang bernilai sejarah adalah Surat Mas Raja “Goleden Letter”.perposan atau surat menyurat sebagai alat komunikasi dalam bentuknya yang sederhana sudah dikenal pada jaman kerajaan-kerajaan di

Indonesia seperti kerajaan Mulawarman, Sriwijaya, Tarumanegara, Mataram, Purnawarman dan Majapahit. Berdasarkan prasasti yang ditemukan di kerajaan Sriwijaya bahasa yang digunakan adalah Kw'unlun atau bahasa melayu kuno dengan kata-kata Sansekerta. Huruf yang digunakan adalah huruf Sansekerta yang berasal dari India Selatan yang disebut huruf Palawa. Huruf inilah yang kemudianmenjadi huruf jawa, sunda, bali, batak. Komunikasi pada waktu itu tidak hanya terbatas di dalam negri saja, melainkan jugadengan negara tetangga yaitu kegiatan surat-menyurat antara kerajaan Sriwijaya dengan china maupun China dengan Majapahit yang seluruhnya diabadikan pada relief dinding Candi Borobudur dan Prambanan.

### 2.5.2 KOLEKSI FILATELI

kata prangko berasal dari bahasa Latin Franco" yang berarti tanda pembayaran untuk melunasi biaya pengiriman surat. lama kelamaan perangko menjadi benda seni yang dikumpulkan orang. Kegemaran mengumpulkan prangko ini disebut Filateli. Sedangkan kata filateli berasal dari bahasa Yunani Philos artinya Teman dan Ateleila artinya pembebasan yaitu bebas dari kewajiban. Yaitu bebas dari kewajiban membayar biaya pengiriman surat bagi penerima surat.Dalam koleksi museum selain disajikan koleksi prangko Indonesia juga terdapat koleksi perangko berasal dari 178 negara. Prangko yang berwarna hitam dikenal dengan "THE PENNY BALCK" merupakan prangko pertama di dunia yang diterbitkan di inggris atas gagasan Sir Rowland Hill tanggal 6 Mei 1840. Perangko bergambar Ratu Victoria tersebut disajikan dalam bentuk lukisan, sedangkan prangko pertama yang digunakan diIndonesia diterbitkan

pemerintah Hindia Belanda tanggal 1 April 1864. Perangko tersbut berwarna merah anggur bergambar Raja William III dengan harga nominal 10 cent, perangko yang hampir berusia 150 tahun ini terdapat dalam bentuk aslinya di museum.

### 2.5.3 KOLEKSI PERALATAN

BRIEVENBUS merupakan bis surat pada jaman Hindia Belanda. Bis surat yang terbuat dari logam cor dengan berat kurang dari 400 Kg ini ditempatkan di pinggir jalan strategis agar mudah terjangkau publik, dengan maksud untuk memudahkan masyarakat dalam mengeposkan kirimannya. bis surat ini pertama kali digunakan tahun 1829 dan Kantor Pos Batavia, sedangkan bis surat pertama kali untuk umum disediakan di Kantor Pos Semarang tahun 1850 dan Kantor Pos Surabaya tahun 1864. Sejak pertama kali digunakan sehingga kini bus surat mengalami perubahan-perubahan, baik bentuk maupun ukurannya.