BAB III

RUANG LINGKUP PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Perusahaan

Sejarah perkembangan Pos di Indonesia berawal dari gagasan yang berkembang seiring kebutuhan untuk memperlancar arus surat menyurat selama era kolonial Belanda. Gagasan tersebut diwujudkan oleh Gubernur Jenderal G.B. Baron dengan mendirikan Kantor pos yang pertama kali di Batavia pada tanggal 26 Agustus 1746.

Peranan pos semakin penting dan berkembang terutapa setelah penemuan Telegraph dan telephone, sehingga terbentuklah Jawatan Pos, Telegraph dan Telephone (Jawatan PTT) berdasarkan staadblat No 395 tahun 1906. Dengan dikeluarkannya undang – undang perusahaan Negara Hindia Belanda sejak 1907 Jawatan PTT dikelola oleh perusahaan – perusahaan (Departement Van Gouverments Bedrijven).

Seiring dengan tibanya Jepang yang mengambil alih kekuasaan Belanda di Indonesia, Jawatan PTT dibagi atas beberapa bagian, sehingga ada Jawatan PTT Sumatra, Jawatan PTT Jawa, dan Jawatan PTT Sulawesi.

Setelah Indonesia merdeka Jawatan PTT berubah menjadi Jawatan PTT Republik Indonesia yang berdiri resmi pada tanggal 27 September 1945. Jawatan PTT Republik Indonesia diperingati sebagai hari Bakti PTT yang kemudian menjadi hari Bakti Parpostel.

Berdasarkan PP No 240 th 1961 PTT diubah menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). PN Postel dibagi menjadi 2 badan usaha yang berbeda, masing – masing PN Pos dan Giro dan PN Telekomunikasi, berdasarkan PP No 29 th 1965 dan PP No 30 th 1965.

Dengan dikeluarkannya UU No 9 th 1969 dan PP No 9 th 1978, maka status PN Pos dan Giro diubah menjadi Perum Pos dan Giro. Pada tanggal 20 Juni 1995 Perum Pos dan Giro diubah statusnya menjadi PT POS Indonesia (Persero).

3.2 Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi Perusahaan

Penyedia jasa pos bernilai tinggi dengan daya saing global.

b. Misi Perusahaan

Mengelola perusahaan sesuai dengan prinsip bisnis yang sehat dengan didukung teknologi tepat guna dan sumber daya manusia professional. 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 di pasar domestik maupun 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

3.3 Bidang Usaha Perusahaan

Sebagai penyedia sarana komunikasi, PT Pos Indonesia tidak lepas dari perkembangan teknologi informasi yang semakin dinamis.

Secara garis besar bidang usaha PT Pos Indonesia dibagi 2 yaitu:

1. Usaha Pokok (Core Business)
2. Usaha Penunjang (Non- Core Business)

1. Usaha Pokok (core Business)

a. Layanan Fisik

- Layanan Surat Pos
- Layanan Paket Pos
- Layanan Keuangan
- Layanan Filateli

b. Layanan Elektronik

- Internet
- Fasilitas elektronik, e-mail, file transfer
- Elektronik Data Interchange (EDI)
- Hybrid Mail
- Intranet
- Warposnet

2. Usaha Penunjang (Non- Core Business)

a. Usaha Property

b. Usaha Transportasi

c. Usaha Bank Pos

d. Usaha Freight & Forwarding

e. Belanja Lewat Pos

f. Layanan keagenan