BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Peusahaan

Salah satu kebutuha hidup yang cukup penting di era globalisasi ini adalah kebutuhan akan jasa pengiriman barang. Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dari tempat yang jauh membuat jasa ini menjadi sangat penting. Bedasarkan kenyataan tersebut banyak bermunculan jasa pengiriman barang swasta, sedangkan jasa pengiriman pemerintah dari dulu sampai sekarang hanya satu, yaitu PT. POS Indonesia (Persero).

Pada dasarnya keberadaan PT. POS Indonesia (Persero) merupakan bagian integral dari pembangunan nasional, yaitu mempercepat pembangunan melalui pembangunan jaringan komunikasi antar daerah. Oleh karena itu penyelenggaraan pos dijalankan oleh Negara demi kepentingan umum dan bertujuan menunjang pembangunan nasional (pertimbangan pembentukan UU No. 6 Tahun 1984 tentang Pos). dalam melaksanakan pelayanan jasa melalui pos, pihak PT. POS Indonesia (Persero) kerkewajiban menerima, menyelenggarakan pengiriman dan pengantaran surat pos dan paket pos dari suatu tempat ke tempat lain atau dari tempat asal ke tempat tujuan tertuntu dengan selamat.

PT. POS Indonesia melayani komunikasi bagi semua penduduk di seluruh wilayah nusantara dengan luas wilayah sekitar 5.000.000 km yang terdiri dari 17.508 pulau dengan luas dataran kurang lebih 2.000.000 km yang menjangkau

kurang lebih 35.000 titik antar. Selain itu pelayanan yang diberikan PT. POS Indonesia mampu memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa serta mempererat hubungan antar bangsa.

Misi dan Tujuan PT. POS Indonesia (Persero)

Dalam GBHN TAP MPR No. II/MPR'93/BabIV/Ekonomi 10b, di tetapkan bahwa pembangunan Pos dan Telekomunikasi di arahkan untuk mendukung peningkatan pembangunan nasional dengan makin mempelancar arus surat, barang, dan informasi serta makin luas jangkauan jasa ke seluruh pelosok tanah air dan keluar negari, serta di tunjukan untuk meningkatkan kemampuan, efesiensi, dan keandalannya dalam pemberian jasa komunikasi, informasi, pos dan giro kepada masyarakat dengan memanfaatkan kemajuan teknologi.

Pembangunan pos terus di tingkatkan agar jangkauan jasa pos dan giro makin luas dan makin memasyarakat serta dapat menjangkau desa dan daerah terpencil, termasuk daerah pemukiman transmigrasi, sehingga masyarakat luas memperoleh pelayanan yang mampu menjamin terselenggaranya arus surat, barang, dan jasa giro yang lancar, cepat, dan aman.

Arahan tersebut dimaksudkan untuk memberikan penegasan adanya misi ganda yang diemban PT. POS Indonesia, yaitu :

1. *Misi Agen Pembangunan,* dengan sasaran tersediannya pelayanan kepada masyarakat sampai ke daerah-daerah terpencil dengan biaya yang terjangkau.
2. *Misi Usaha,* dengan sasaran memupuk keuntungan yang wajar guna dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Dalam pencapaian misi tersebut yang sejalan dengan pokok-pokok program kebijaksanaan Depparpostel, yang dijabarkan dalam kebijakan PT. POS Indonesia (Persero) yaitu :

1. SISPOSNAS dikembangkan dengan bewawasan lingkungan.
2. Pemanfaatan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.
3. Meningkatkan pembinaan sumber daya manusia.
4. Meningkatkan kerja sama lintas sektoral.
5. Miningkatkan pengawasan.
6. Meningkatkan peran koperasi dan swasta.
7. Memperluas mutu pelayanan.
8. Memperluas jangkauan pelayanan.
9. Pemasaran yang intensif.
10. Partipasi dalam kerjasama regional dan internasional.

Memperhatikan misi dan kecenderungan perubahan lingkungan, maka tujuan perusahaan dalam pengembangan usaha adalah :

1. Selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi “Share Holder”
2. Efesiensi menajemen sebagai akibat penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) adalah factor kunci yang menjadi penentu dalam keberhasilan upaya peningkatan keunggulan bersaingan.

Guna pelaksanaan tugas pokok dengan mengacu kepada tujuan. Perusahaan menetapkan “*Tri Strategi Pengembangan*” sebagai berikut :

1. Peningkatan mutu pelayanan.

2. Peningkatan efesiensi dan produktivitas.
3. Perluasan jangkauan pelayanan.

Seiring dengan keberhasilan Pembangunan Nasional selama PJP I yang memberikan penekanan kepada pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya telah mengakibatkan peningkatan diberbagai bidang sehingga meningkatkan mobilitas orang dan komoditi dari satu tempat ke tempat lain, baik dalam maupun luar negari. Dampak yang dirasakan perusahaan adalah peningkatan kualiatas dan kuantitas pasar bagi industri perposan. Kondisi ini mengakibatkan usaha dalam bidang pelayanan pos menjadi semakin menarik sector swasta, sehingga telah tercipta suasana kompetitif dalam bisnis layanan pos.

Memperhatikan kecenderungan pemerintah untuk mengikutsertakan peran swasta dalam segala sector pembangunan menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Dengan kondisi yang demikian, kunci keberhasilan perusahaan bertumpu pada pelaksanaan strategi yang didasarkan atas kemampuan mempertinggi efesiensi, dan produktivitas sumber daya manusia, khususnya sumber daya manusia yang professional, beretos kerja tinggi, dan berjiwa wiraswasta.

2.2. Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero)

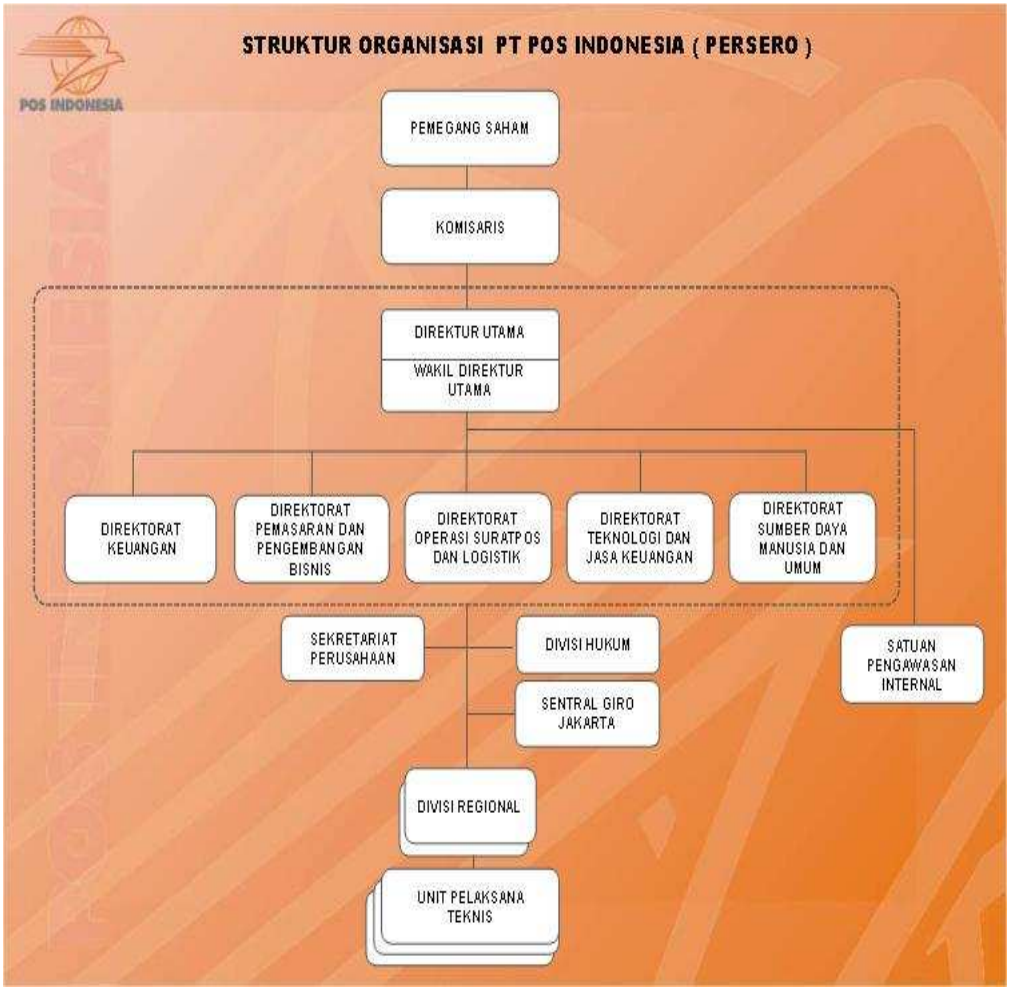
PT. Pos Indonesia (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di lingkungan Departemen Perhubungan, di pimpin oleh suatu dereksi yang bertanggung jawab kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Bentuk struktur yang di gunakan PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung adalah bentuk

Line and Staf Organization (Garis dan Staf), bentuk ini biasanya digunakan pada perusahaan-perusahaan besar yang memiliki kesatuan perintah. Struktur organisasi PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung bedasarkan Surat Keputusan Direksi PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung Nomor 28A/RIRUT/1999 tentang organisasi, disusun dalam tiga tingkatan, yaitu tingkat pusat, tingkat daerah, dan tingkat unit pelaksana teknis.

Organisasi tingkat pusat terdiri atas :

1. Direksi
2. Direktorat Operasi
3. Direktorat perencanaan, Teknis dan Sarana
4. Direktorat Keuangan
5. Direktorat Sumber Daya Manusia
6. Satuan Pengawasan Intern
7. Sekretaris Perusahaan
8. Pusat Penelitian dan Pengembangan

Adapun struktur organisasi pada Kantor Pusat PT. Pos Indonesia (Persero) secara jelas dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut ini :



Gambar 2.1

Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero)

PT. Pos Indonesia (Persero) Bandung menggunakan sistem disentralisasi dalam hal struktur organisasi dan pendelegasian wewenang dalam perusahaan. Hal ini terlihat adanya direktorat-direktorat yang memegang kekuasaan dan bertanggung jawab langsung kepada direksi utama, sehingga para karyawan yang berada dibawah kepemimpinan direktorat-direktorat tidak bertanggung jawab

secara langsung kepada direktur utama, tetapi bertanggung jawab dan melaksanakan perintah dari direktur masing-masing.

2.3. Dekripsi Jabatan

Uraian jabatan, wewenang dan tanggung jawab dari struktur organisasi tingkat pusat :

1. Direksi
    a. Memimpin, mengurus dan mengelola perusahaan sesuai dengan tujuan perusahaan serta senantiasa berusaha meningkatkan efesiensi dan efektivitas perusahaan.
    b. Menyiapkan rencana jangka panjang serta rencana kerja dan anggaran tahunan perusahaan
    c. Mengangkat dan memberhentikan pegawai perseroan sesuai dengan peraturan kepegawaian.
    d. Menetapkan gaji, pensiunan/jaminan hari tua dan penghasilan lain bagi para pegawai perusahaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku bagi perusahaan.
    e. Memberikan segala keterangan tentang keadaan dan jalannya perusahaan, baik dalam bentuk laporan tahunan, maupun laporan berkala menurut cara dan waktu yang telah ditentukan dalam anggaran dasar perusahaan.
2. Direktorat Operasi

a. Membina dan mengendalikan kegiatan pelayanan jasa komunikasi, logistik serta jasa keuangan/keagenan dan filateli, baik untuk hubungan dalam negeri maupun luar negeri.
b. Mengendalikan dan mengembangkan operasi pelayanan serta jaringan unit dan titik layanan.
c. Mengendalikan dan mengelola kegiatan usaha bisnis pelayan jasa.
d. Menetapkan jaringan lalu lintas pos dan jaringan layanan serta kebijakan penetapan modal transportasi serta pengembangan fasilitas fisik pelayanan.

3. Direktorat Perencanaan, Teknik dan Sarana
   a. Melakukan pembinaan dan penyelenggaraan kegiatan perencanaan stategis serta pengelolaan dan pengolahan data.
   b. Menetapkan kebijakan dan analisis kebutuhan teknologi dan sarana kebutuhan teknologi.
   c. Menyelenggarakan kegiatan kesekretariatan Direktorat Perencanaan, Teknik dan Sarana.
4. Direktorat Keuangan
   a. Melakukan pengendalian keuangan perusahaan meliputi penetapan dan pengembangan kebijaksanaan sistem dan prosedur akuntansi keuangan anggaran dan investasi serta struktur biaya dan harga pokok industry.

b. Melakukan pengelolaan keuangan meliputi penetapan pengembangan kebijaksanaan pengelolaan keuangan, pengelolaan kas dan pengendalian penyertaan modal karyawan.

5. Direktorat Sumber Daya Manusia
   a. Melakukan pengelolaan dan penyelenggaraan pelatihan sumber daya manusia.
   b. Melakukan perencanaan dan pengembangan pengorganisasian dan sistem manajemen.
   c. Melakukan pengelolaan kesejateraan.
6. Satuan Pengawasan Intern (SPI)
   a. Melakukan pemeriksaan, pengujian dan penilaian terhadap pengendalian manajemen, peningkatan pengekonomisan, keefesienan dan keefektifan.
   b. Melakukan pemeriksaan, pengijinan dan penilaian terhadap pengolahan dan pertanggung jawaban keuangan serta kinerja usaha.
   c. Melakukan pengkoordinasian pengelolaan tugas pemeriksaan serta melaksanakan tata usaha dan rumah tangga pengawasan intern.
7. Sekretaris Perusahaan
   a. Melakukan penyelenggaraan kesekretaritan Direktur Utama, pengkoordinasian dan penyajian informasi perusahaan.
   b. Melakukan penyelenggaraan hubungan masyarakat dan keprotokolan.
   c. Melakukan penelahaan perundang-undangan, penanganan masalah hukum dan perikatan.

d. Melakukan penyelenggaraan hubungan kerjasama luar negeri/internasional.

e. Melakukan penyelenggaraan dan pengelolaan rumah tangga kantor pusat.

8. Pusat Perencanaan dan Penelitian Terapan

a. Melakukan penyelenggaraan atau pengelolaan kegiaatan penelitian terapan, baik dalam bidang operasi maupun non operasi yang tidak dapat memberikan manfaat yang layak bagi perusahaan guna menunjang keberhasilan perusahaan.

b. Melakukan penyelenggaraan kerjasama teknik dan proyek.

2.4. Aspek Kegiatan Perusahaan

Pada dasarnya usaha-usaha yang dilaksanakan oleh kantor Pos Indonesia meliputi usaha pokok dan usaha penunjang serta aneka layanan dan pelayanan usaha pos. usaha pokok Pos terdiri dari :

1) Layanan Fisik

a) Layanan Surat Pos

b) Layanan Paket Pos

c) Layanan Keuangan

d) Layanan Filateli

2) Layanan elektronik dengan wasantara-net (W-NET) sebagai tulang punggungnya, untuk menyajikan fasilitas-fasilitas :

a) Internet :
   1. Surat Elektronik (E-MAIL)
   2. Warung Pos Elektronik (Warposnet)
   3. Internet untuk jaringan korporasi (Coorporate Net Working)

b) Elektronik Data Interchange (EDI) untuk mambantu jaringan komunikasi berbagai data, antara lain :
   1. Surat Bisnis Elektronik (SBE)
      a. Direct Mail
      b. Weselpos Elektronik
      c. Advertansi Elektronik
      d. Internet Hibrida
   2. Usaha penunjang terdiri dari :
      a. Penyewaan ruang atau tempat
      b. Usaha transportasi
      c. Freight dan forwading
      d. Belanja lewat pos

c) Berbagai layanan keagenan (pelayanan jasa keagenan yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia untuk kepentingan pihak ketiga), yang meliputi :
   1. Penabungan dan pembayaran untuk Bank Tabungan Negara (BTN)
   2. Takesra dan Kukesra
   3. Pembayaran telepon
   4. Pembayaran pajak-pajak

5. Pemotongan pensiun eks bank kreditur
6. Pembayaran pensiun TASPEN dan ASABRI
7. Penjualan benda untuk direktorat pajak

Layanan Pos terdiri dari :

1. Surat Pos

Merupakan layanan standar pengiriman berita yang tersedia semua kantor pos dengan tarif seragam, baik untuk perhubungan di dalam maupun di luar negeri. Jenis surat pos antara lain : Surat, Kartu Pos, Warkat Pos, Barang cetakan, majalah sekogram (Braille) dan bungkusan.

2. Surat Kilat

Merupakan layanan kiriman Pos dalam negeri yang menjangkau seluruh Indonesia dengan skala prioritas kecepatan dalam penyaluran dan pengantarnya.

3. Surat Kilat Khusus (SKH)

Merupakan layanan yang terdokumentasi sebagai solusi tepat kiriman pos dalam negeri sehingga dapat dilakukan jejak guna mengetahui status kiriman. Jaringan SKH tersebat di 22 kota di Indonesia dengan waktu tempuh 24 jam sampai 48 jam.

4. Ratron

Merupakan layanan surat elektronik yang merupakan hibrida atau surat secara fisik dengan kombinasi transmisi data melalui jaringan telekomunikasi.

Hasil transper data berupa copy naskah asli akan diantar kepada alamat penerima.

5. Ekspress Mail Service (EMS)

Merupakan layanan pengiriman berita atau barang sebagai solusi tepat kiriman pos internasional dengan fasilitas jejak lacak guna mengetahui status kiriman. Jaringan EMS tersebar di 46 negara terkemuka dengan waktu tempuh antara satu sampai denga tiga hari.

6. Ratron Simpati

Merupakan layanan surat elektronik untuk berbagai ucapan simpati. Hasil transfer data berupa pesan pribadi dalam bentuk surat ataupun kartu ucapan akan diantarkan ke alamat yang akan dituju.

7. Surat Bisnis Elektronik

Merupakan layanan hibrida antara transmisi data elektronik dengan fisik surat pos. jenis layanan ini sangat cepat untuk pengiriman surat atau berbagai jenis tagihan dalam jumlah besar sehingga merupakan solusi korespodensi missal : layanan SBE sementara terdapat disentral pengolahan pos Jakarta.

8. Wesel Pos

Merupakan layanan transfer uang sebagai solusi kiriman uang keseluruh Indonesia.

Tersedia beberapa jenis layanan tambahan untuk wesel pos yang terdiri dari :

a. Wesel kilat

b. Wesel kilat khusus

c. Wesel pos elekronik (Westron)

d. Wesel pos berlangganan

e. Wesel pos luar negeri ke dari beberapa Negara

9. Giro Pos

Merupakan layanan keuangan untuk penampungan, penyimpanan dan pembayaran berbagai transaksi, baik untuk pemegang rekening perorangan maupun perusahaan atau keperluan bisnis di seluruh Indonesia.

10. Cek Pos Wisata (CPW)

Merupakan layanan keuangan sebagai dana perjalanan karena dapat di uangkan di semua kantor pos. tersedia beberapa harga nominal CPW mulai dari Rp 10.000 sampai dengan Rp 25.000. beberapa hotel, travel biro dan tempat-tempat lainnya yang menerima CPW sebagai alat pembayaran.

11. Paket Pos

Merupakan layanan untuk pengiriman barang yang dapat dilakukan di semua kantor pos baik untuk perhubungan domestic maupun internasional, terdiri dari :

a. Paket pos darat atau laut untuk perhubungan darat atau laut

b. Paket pos udara untuk perhubungan udara

12. Filateli

Merupakan upaya meningkatkan kualitas dan memperkaya kazanah hobi mengumpulkan perangko atau filateli, telah dikembangkan pula produk-

produk filateli yang lebih atraktif dengan tema penerbitan bervariasi. Filateli adalah benda koleksi yang banyak diminati para penggemarnya, maka usaha bisnis filateli telah di tangani oleh satu divisi agar lebih fleksibel dan akrab dalam melangkah bersama filateli dalam masyarakat.

13. Belanja Lewat Pos (BLP)

Merupakan 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 satu brosur yang diterbitkan secara berkala. BLP dapat langsung mengakses pasar nasional tanpa harus membangun jaringan distribusi sendiri.

14. Pos Plus

Merupakan layanan dengan nilai tambah yang dikemas melalui sarana pelayanan pos plus sehingga layanan pos lebih "*customized*" sesuai dengan kebutuhan pelanggan, terdiri dari :

a. Kiriman hari ini sampai (KHIS)
b. Kiriman esok sampai (KES)
c. Penangan khusus atau kiriman

15. Wasantar Net (W-Net)

Merupakan layanan pertukaran informasi melalui internet sebagai solusi komunikasi baik untuk lingkup dalam maupun luar negeri.

16. Pos Serba Ada (Poserba)

Merupakan pengembangan fasilitas pelayanan fisik kantor pos dengan mengacu pada konsep "*one stop shopping*". Hadir untuk melayani tuntas segala kebutuhan tentang pos yang dikemas dala tatanan arus untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi setiap pengunjung yang dating. Poserba menyediakan semua kebutuhan yang berhubungan dnegan pos dan berbagai alat tulis termasuk kartu ucapan dan benda filateli dalam kemasan khusus. Poserba berada baik di kantor pos maupun di tempat yang lain yang strategi.

17. Pos Kemasan Keliling

Merupakan perekayasaan kapasitas layanan pengantar pos yang lain selain mengantarkan kiriman pos juga ditambah dengan pelayanan kebutuhan pos lainnya seperti penjualan benda pos dan materai, penerimaan kiriman pos, da lain-lain sehingga lebih mendekatkan kepada layanan pos pada masyarakat. Posarling hadir mengujungi masyarakat setiap hari dengan sepeda motor dan seragam khas serta di lengkapi dengan bunyi melodi yang menandai kehadiran porsaling yang siap untuk memberikan layanan pos.

18. Hallo Pos 161

Merupakan kemudahan untuk dapat menghubungi kantor pos melalui saluran pos melalui saluran telepon ynag praktis yang mewujudkan dalam Hallo Pos 161 yang merupakan media informasi dan layanan pos. pelayanan ini bertujuan agagr pelangganan hemat waktu dan biaya serta merupakan upaya untuk selalu dekat dengan jangkauan pelayanan pos.