BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, Kantorpos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik.

Setelah Kantorpos Batavia didirikan, maka empat tahun kemudian didirikan Kantorpos Semarang untuk mengadakan perhubungan pos yang teratur antara kedua tempat itu dan untuk mempercepat pengirimannya. Rute perjalanan pos kala itu ialah melalui Karawang, Cirebon dan Pekalongan.

Pos Indonesia telah beberapa kali mengalami perubahan status mulai dari Jawatan PTT (*Post, Telegraph dan Telephone*). Badan usaha yang dipimpin oleh seorang Kepala Jawatan ini operasinya tidak bersifat komersial dan fungsinya lebih diarahkan untuk mengadakan pelayanan publik. Perkembangan terus terjadi hingga statusnya menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Mengamati perkembangan zaman dimana sektor pos dan telekomunikasi berkembang sangat pesat, maka pada tahun 1965 berganti menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro),

dan pada tahun 1978 berubah menjadi Perum Pos dan Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas pos dan giropos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri. Selama 17 tahun berstatus Perum, maka pada Juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero).

Dengan berjalannya waktu, Pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam pengembangan bidang perposan Indonesia dengan memanfaatkan insfrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100 persen kota/kabupaten, hampir 100 persen kecamatan dan 42 persen kelurahan/desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring Pos Indonesia sudah memiliki 3.700 kantor pos online, serta dilengkapi elektronic mobile pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang terhubung satu sama lain secara solid & terintegrasi. Sistem Kode Pos diciptakan untuk mempermudah processing kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat.

2.1.1 VISI, MISI DAN MOTO Perusahaan

1. VISI

   Menjadi pemimpin pasar di Indonesia dengan menyediakan layanan suratpos, paket, dan logistik yang handal serta jasa keuangan yang terpercaya.

2. MISI

Berkomitmen kepada pelanggan untuk menyediakan layanan yang selalu tepat waktu dan nilai terbaik Berkomitmen kepada karyawan untuk memberikan iklim kerja yang aman, nyaman dan menghargai kontribusi Berkomitmen kepada pemegang saham untuk memberikan hasil usaha yang menguntungkan dan terus bertumbuh Berkomitmen untuk berkontribusi positif kepada masyarakat Berkomitmen untuk berperilaku transparan dan terpercaya kepada seluruh pemangku kepentingan.

3. MOTO

Tepat Waktu Setiap Waktu (On Time Every Time)

2.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 2.1

PT.Pos indonesia Logo PN Postel (1956-1965)

Logo merupakan sebuah simbol yang menunjukkan citra, visi, dan misi dari pemilik logo tersebut. Logo tersebut adalah milik sebuah perusahaan, logo tersebut akan merefleksikan jati diri perusahaan tersebut. Logo juga merupakan identitas suatu perusahaan yang menggambarkan tujuan-tujuan, prinsip-prinsip, serta ideologi yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Logo suatu perusahaan bisa saja berubah seiring dengan perubahan diri dari perusahaan itu sendiri. Dalam perkembangan PT. Pos Indonesia (Persero), logo yang mewakili diri Pos Indonesia pun berubah mengikuti perubahan yang terjadi di dalam tubuh PT. Pos Indonesia (Persero) itu sendiri.

Perubahan logo yang mencerminkan hal-hal yang baru dan berubah dari tubuh PT. Pos Indonesia (Persero) ini dapat kita telaah dan kita analisa. Logo lama Pos Indonesia ini terdiri dari banner di atas yang bertuliskan ‘RI’ yang kemudian tersambung dengan gambar padi dan kapas yang memberntuk sebuah lingkaran yang kemudian berujung kepada banner di bawah yang bertuliskan ‘POS & GIRO’.

Di dalam lingkaran yang terbentuk dari kedua banner dengan padi dan kapas tersebut, kita mendapati sebuah segilima yang di dalamnya terdapat gambar burung merpati yang seolah-olah sedang terbang mengelilingi dunia. Di sisi luar dari segilima tersebut dan di sisi dalam dari lingkaran, kita mendapati arsiran mendatar yang berfungsi sebagai

latar belakang atau background. Ide utama dari logo lama ini adalah burung merpati pos yang telah lama menjadi simbol dunia perposan. Bola dunia yang berada di belakang merpati tersebut melambangkan perputaran dunia, kekekalan, dan adanya hubungan yang terjalin antarnegara (hubungan yang bersifat internasional).

Bentuk segilima yang mengelilingi merpati pos tersebut melambangkan Pancasila,ideologi Negara Kesatuan Republik Indonesia, yang memiliki lima sila. Unsur padi dan kapas yang menjadi simbol dari sila kelima dari Pancasila mewakili tujuan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk mencapai keadilan dan kesejahteraan sosial untuk seluruh masyarakat Indonesia.Banner yang bertuliskan ‘RI’ dan ‘POS & GIRO’ menunjukkan identitas pemilik logo, yaitu Perum Pos dan Giro Republik Indonesia.

Secara semantik, logo ini menunjukkan profesionalitas posyang diwakili oleh merpati dan bola dunia namun terkurung oleh segilima yang mewakili Pancasila dan juga oleh lingkaran padi dan kapas yang menggambarkan tujuan BUMN. Hal ini menunjukkan bahwa Pos Indonesia bekerja secara profesional di dalam memberikan pelayanan berskala internasional untuk pelanggan-pelanggannya dengan tetap memegang teguhnasionalisme dan tujuan BUMN untuk menjunjung keadilan dan kesejahteraan sosial masyarakat Indonesia.

Logo ini juga melambangkan keteguhan dalam memegang ideologi negara dengan adanya dua simbol yang mewakili Pancasila. Setelah perubahan kelembagaan yang terjadi di dalam tubuh Pos Indonesia (perubahan bentuk usaha dari perusahaan umum menjadi persero), logoPos Indonesia pun ikut berubah.



Gambar 2.2
Logo PT. Pos Indonesia

Di dalam logo baru Pos Indonesia, kita mendapati seekor merpati pos yang seolah-olah sedang terbang mengelilingi dunia dengan kecepatan tinggi. Merpati pos ini tidak lagi terkurung oleh segilima dan juga lingkaran padi dan kapas.

Ukuran merpati yang lebih besar daripada bola dunia melambangkan bahwa Pos Indonesia diharapkan bisa menguasai (memimpin) usaha perposan di dunia internasional.

Warna dasar jingga yang terdapat di gambar merpati dan bola dunia menunjukkan bahwa Pos Indonesia itu penting (warna jingga memiliki arti penting serta perlu diperhatikan, seperti yang terdapat di pembatas-pembatas jalan, pakaian pendaki gunung, seragam para penerbang, dan

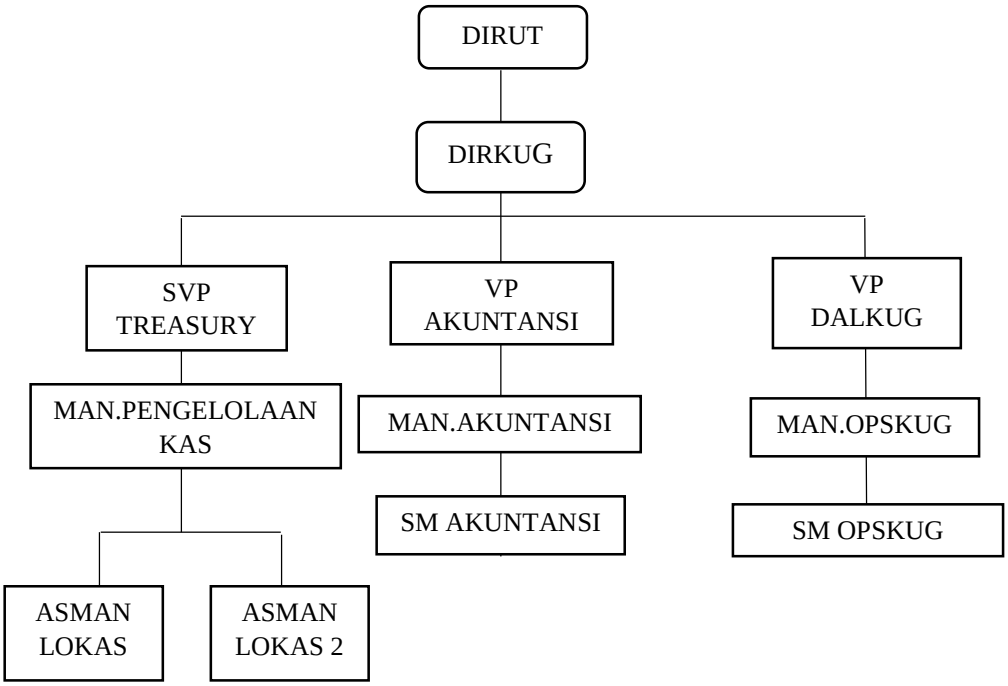
lain sebagainya). Tulisan ‘POS INDONESIA’ dengan tipografi bold ini memberikan ketegasan identitas perusahaan dan juga identitas negara. Tulisan ini berada di bawah gambar merpati yang sedang mengelilingi dunia dengan kecepatan tinggi karena logo ini ingin menunjukkan bahwa Pos Indonesia lebih mengutamakan profesionalitas dalam pelayanan untuk pelanggan-pelanggannya.

Slogan Pos Indonesia ‘Untuk Anda kami ada’ yang ditulis dengan huruf latin (tegak bersambung) memperlihatkan keluwesan, keramahan, dan fleksibilitas dalam melayani pelanggan-pelanggannya.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan dalam sebuah organisasi, karena berperan dalam pencapaian tujuan perusahaan. Pengertian struktur organisasi menurut Handoko adalah organisasi dengan segala aktifitasnya, terdapat hubungan di antara orang-orang yang menjalankan aktivitas tersebut. Makin banyak kegiatan yang dilakukan dalam suatu organisasi, makin kompleks pula hubungan-hubungan yang ada.Untuk itu perlu dibuat suatu bagam yang menggambarkan tentang hubungan tersebut termasuk hubungan antara masing-masing kegiatan atau fungsinya. Bagan yang dimaksud dinamakan bagan organisasi atau struktur organisasi.

Untuk keterangan lebih jelas, maka struktur organisasi perusahaan dapat dilihat pada gambar 2.1 sebagai berikut :



Gambar 2.3

Struktur Organisasi Kantor Pusat PT.POS INDONESIA (PERSERO)

2.3 Uraian Tugas Perusahaan

Uraian tugas dan wewenang perusahaan dari masing-masing departemen yang ada di Kantor Pusat PT.Pos Indonesia (Persero) adalah sebagai berikut :

1. Direktur Utama (Dirut)

   Menetapkan kebijakan pelaksanaan ITEMS ditingkat Unit Pelaksanaan Teknis (UPT), Devis Regional (Divre) dan Kantor Pusat, meliputi penerbitan Surat Keputusan Direksi dan Surat Edaran tentang Pelaksanaan ITEMS.

2. Direktur Keuangan (Dirkug)

   Melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap pelaksanaan ITEMS yang berpedoman pada Surat Keputusan dan Surat Edaran yang diterbitkan Direksi.

3. *Senior Vise Precident Treasury* (SVP Treasury)

   Melaksanakan pengelolaan kas dan bank secara optimal. Kewenangan meliputi menetapkan kebijakan pemenuhan kebutuhan kas per Divre dan memberikan jaminan tersedianya dana secara tepat waktu dan tepat jumlah.

4. *Vise President* Akuntansi (VP.Akuntansi)

   Melakukan rekonsiliasi data kas dan bank menurut laporan akuntansi dengan laporan kas dan bank menurut subdit treasury melalui laporan ITEMS.

5. Manajer Pengelolaan Kas

   a. Melaksanakan pengawasan saldo kas dan bank harian.
   b. Melakukan eksekusi atas permintaan pemenuhan kebutuhan per Divre yang disampaikan melalui proyeksi pembebanan atau pelimpahan dan pembebanan ekstra.
   c. Memberitahukan kepada Finance Manager Divre cq Asman anggaran melalui Asman Pengelolaan Kas perihal koreksi jumlah uang yang bisa dipenuhi oleh Kantor Pusat untuk masing-masing UPT.

6. Manajer Akuntansi

   Melakukan rekonsiliasi saldo kas dan bank menurut laporan akuntansi dengan laporan kas dan bank dari devisi treasury.

7. Manajer Operasi Keuangan

   Menyajikan saldo kas dan bank yang telah diyakini keakuratannya setelah rekonsiliasi dengan data yang disajikan ITEMS.

8. Asisten Manajer Pengelolaan Kas

   a. Menganalisa rencana pembebanan, pembebanan ekstra, dan rencanan pelimpahan setiap Divre disesuaikan dengan kondisi keuangan Kantor Pusat.
   b. Menginformasikan kondisi keuangan ke Man. Pengelolaan Kas.
   c. Mengusulkan penetapan jumlah rencana pembebanan. Pembebanan ekstra dan rencana pelimpahan ke Man. Pengelolaan Kas.
   d. Memberitahukan melalui Sistem ITEMS rencana pembebanan. Pembebanan ekstra dan rencana pelimpahan ke Man. Pengelolaan Kas.
   e. Melakukan pengawasan, Pelimpahan dan Pembebanan.
   f. Melakukan Verifikasi data Pelimpahan dan Pembebanan dengan rekening Koran bank yang berkaitan.
   g. Melakukan rekonsiliasi data Pelimpahan dan Pembebanan dengan data di Bagian Tansikug/Opkug.
   h. Melakukan penyelesaian/memberikan solusi atas selisih hasil rekonsiliasi dengan Bagian Tansikug/Opkug.

2.4 Kegiatan Perusahaan

Kantor POS Indonesia (Persero) Bandung merupakan perusahaan yang besar dalam pelayanan jasa kepada masyarakat di sekitarnya. Dengan demikian

produk yang dihasilkan oleh Kantor Pos Indonesia (Persero) Bandung merupakan pelayanan jasa, jasa yang dihasilkan berupa :

a. Bisnis Logistik

Untuk pengiriman dalam bentuk barang, maka dapat menggunakan layanan paket POS. Dengan layanan ini, barang pesanan berbagai ukuran dan berat dapat dikirim secara khusus oleh PT POS. Masyarakat dapat mengirim paket POS dalam antar kota (dalam negeri) maupun luar negeri. Dengan bisnis logistik PT POS Bandung lebih mampu melayani pengiriman barang tidak hanya dalam paket POS tetapi sampai ke bentuk pelayanan *freight forwading* dan pengurusan kepabeanan untuk barang kirim ekspor.

b. Bisnis Komunikasi

Bentuk layanan jasa yang diberikan dalam bentuk surat POS. Dengan surat POS masyarakat dapat mengirim surat antar kota (dalam negeri) maupun luar negeri. Surat tersebut dapat berupa surat biasa, surat tercatat, kilat biasa, kilat khusus, kilat tercatat, penyebaran surat tanpa alamat (PESTA), kiriman balasan kartu POS, warkat POS, barang cetakan braile, surat dinas, antaran telegram, POS PATAS (POS Cepat antar Kota Terbatas), POS CANTA (Pos Cepat Antaran Kota), faksimili, surat elektronik, *Express Mail Service (EMS)* dan biro faks luar negeri.

c. Bisnis Keuangan dan Keagenan

Jasa layanan yang disediakan oleh PT Pos Indonesia (Persero) Bandung adalah :

1) Wesel Pos

Dapat dikirim dalam bentuk biasa atau kilat, wkph, western, wesel luar negeri. Sebagai contoh wesel elektronik (western) produk layanan POS yang fleksibel dan prospektif, melalui layanan ini kiriman uang ke alamat tujuan berbasis sama dengan *Same Day Delivery*. Pengirim uang di PT Pos Indonesia sebelum pukul 10 pagi ke kota-kota seluruh Indonesia dan telah dapat ditarik oleh penerimanya pada hari yang sama atau keesokan harinya.

2) Giro dan Cek Pos

Kantor Pos Indonesia (Persero) Bandung menyediakan pelayanan jasa berupa giro cek POS dan POS cek bagi masyarakat yang membutuhkannya.

d. Bisnis Filateli

Bagi PT Pos Indonesia (Persero) Bandung sendiri telah dikembangkan sebuah bisnis yang prospektif. Berbagai upaya telah dilakukan seperti peningkatan mutu penerbitan perangko, pengembangan aneka produk filateli, serta perluasan pemasaran termasuk dalam upaya perkembangan prangko prisma yaitu produk perangko yang dapat menampilkan foto diri atau logo perusahaan.