

BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Gambaran Umum Perusahaan

2.1.1 Profil Singkat Perusahaan

Diawali dari sebuah ide, yang kemudian berkembang menjadi kebutuhan, ide untuk memperlancar surat menyurat dalam era kolonial Belanda yang telah diwujudkan oleh gubernur jendral G.W Baron dengan mendirikan kantor Pos yang pertama di Batavia pada tanggal 26 Agustus 1946. Peranan Kantor Pos Indonesia semakin penting dan berkembang setelah penemuan teknologi Telegram dan Telpon, sehingga dibentuk Jawatan Pos Telegram (Jawatan PTT) berdasarkan statlad nomor 395 tahun 1906.

Dengan dikeluarkannya Undang-Undang perusahaan Negara Hindia Belanda (*Indische Bedrijvenwe/ IBW*). Sejak tahun 1907 jawatan PTT dipegang oleh departemen perusahaan-perusahaan pemerintah (*Departement Van Government Bedrijvement*).

Seiring dengan tibanya Jepang yang mengambil alih kekuasaan Belanda di Indonesia, Jawatan PTT dan Jawatan PTT Sulawesi. Jawatan PTT Republik Indonesia berdiri secara resmi pada tanggal 27 September 1945 setelah dilakukan pengambil alih kantor pos PTT di Bandung oleh angkatan muda PTT (AMPTT) dari pemerintah militer Jepang. Dalam peristiwa ini gugur sekelompok pemuda anggota AMPTT sehingga pada tanggal tersebut menjadi tonggak awal berdirinya Jawatan PTT Republik Indonesia dan diperingati setiap tahunnya sebagai bakti

PTT, yang kemudian menjadi hari bakti pariwisata, pos dan telekomunikasi (PARPOSTEL).

Pada tanggal 27 Desember 1949, Jawatan PTT mulai memusatkan perhatiannya pada pembangunan yang meliputi bidang kepegawaian, keuangan, perbaikan perlengkapan bangunan yang rusak dan pembangunan gedung yang baru. Pada tahun 1960 pemerintah mengadakan reorganisasi alat-alat produksi dan distribusi yang ditujukan kearah pelaksanaan pasal 33 UUD 1945. Untuk itu dikeluarkan UU No. 19 prp Tahun 1960. Berdasarkan UU tersebut semua perusahaan yang modal keseluruhannya merupakan kekayaan Negara, baik yang terjadi karena pemisahan dari kekayaan Negara maupun nasionalisasi, menjadi Perusahaan Negara (PN).

Dengan PP No. 240 Tahun 1961, dibentuklah perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Dengan PP No. 30 Tahun 1965, PN Postel dipecah menjadi dua perusahaan yaitu PN Pos dan Giro dan PN Telekomunikasi. Dengan dikeluarkannya UU No. 9 Tahun 1965 Status Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dikelompokkan menjadi 3 status yaitu: Perusahaan jawatan (Perjan), Perusahaan umum (Perum). Dan Perusahaan perseroan (Persero).

Selanjutnya status PN Pos dan Giro diubah menjadi Perum Pos dan Giro berdasarkan PP No. 24 tahun 1978. Kemudian ditetapkan PP No. 3 Tahun 1983 yang mengatur tata cara pengawasan dan pembinaan Perjan, Perum dan Persero. Untuk menyesuaikan diri dengan ketentuan baru tersebut, PP No. 9 Tahun 1978 yang mengatur tentang Perum Pos dan Giro diganti dengan PP No. 24 Tahun 1984.

Dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat akan pelayanan jasa pos serta dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektifitas usaha penyelenggaraan jasa pos dan giro, maka Perum Pos dan Giro diubah statusnya menjadi PT. Pos Indonesia (Persero) yang secara resmi telah terdaftar dengan akta notaris Sutjipto., SH No. 117 tahun 1995 tanggal 20 Juni 1995. (<http://www.posindonesia.co.id>)

2.2 Logo dan Arti Logo PT. Pos Indonesia



Sumber: Humas PT. Pos Indonesia Kantor Pos Bandung 2010

Gambar 2.1

Logo PT. Pos Indonesia Lama

Perum Pos dan Giro, logo lama perusahaan ini terdiri dari unsur padi-kapas yang bersambung dengan banner diatas dengan tulisan R I, banner dibawah dengan tulisan POS & GIRO, mengelilingi unsur segi-lima yang mengurung bola dunia dan burung. Diantara segi-lima dan padi-kapas terdapat arsiran horizontal. Ide utama pada logo ini adalah burung, sebagai symbol atau tanda yang mewakili merpati pos, konsep pengantaran surat zaman dahulu.

Unsur padi-kapas, mewakili symbol keadilan sosial dari pancasila, banner yang bertuliskan R I merupakan singkatan dari Republik Indonesia.

Apabila makna ini diterjemahkan secara semantik logo PT. Pos Indonesia yang dilambangkan dengan burung dan bola dunia terkurung oleh segi-lima dan dikelilingi oleh padi-kapas yang diujung atasnya bertuliskan R I, memberikan kesan pekerjaan pos yang bersifat professional dan bersifat nasional.

Dengan berkembangnya bisnis Pos Indonesia yang tidak lagi mencakup lingkup nasional melainkan telah merambah pada lingkup Internasional membuat kesan yang timbul pada logo lama tidak lagi sama dengan tujuan baru dan burung yang masih terkurung berkesan burung yang tidak dapat bebas dan lepas. Untuk itu bergantilah logo Pos.



Sumber: Humas PT. Pos Indonesia

Gambar 2.2

Logo PT. Pos Indonesia (Persero) Baru

Burung merpati pos yang dapat terbang dengan cepat divisualisasikan dengan sayap yang bergaris horizontal, proporsi burung yang dibuat lebih memanjang dan mengecil di ujung untuk memberikan gerak dinamis (Gambar 2.2).

Ukuran burung yang lebih besar dari bola dunia, direpresentasikan agar PT. Pos Indonesia dapat menguasai dunia. Logo memiliki warna dasar ‘jingga’ untuk menandakan sesuatu yang penting.

Tulisan dengan tipografi bold: POS INDONESIA, menunjukkan nama perusahaan dengan identitas negara, berada dibawah gambar burung dan bola dunia, diartikan sebagai profesionalitas dibidang usaha, dengan slogan “Untuk anda kami ada”, untuk lebih menekankan kesan yang mengutamakan pelayanan. Tipografi slogan tersebut menggunakan huruf latin yang memberikan kesan yang luwes, lentur, dan ramah. (<http://www.posindonesia.co.id>)

2.2.1 Visi, Misi dan Motto

Setiap perusahaan tentunya memiliki suatu tujuan dan keinginan jangka panjang yang ingin dicapai. Tujuan dan keinginan tersebut dapat menjadi sebuah tolak ukur suksesnya pencapaian sebuah perusahaan. Oleh karena itu, PT. Pos Indonesia memiliki Visi dan Misi sebagai berikut:

- **Visi**

Visi dari PT. Pos Indonesia (Persero) adalah Menjadi pemimpin pasar di Indonesia dengan menyediakan layanan surat pos , paket dan logistic yang handal serta jasa keuangan yang terpercaya

- **Misi**

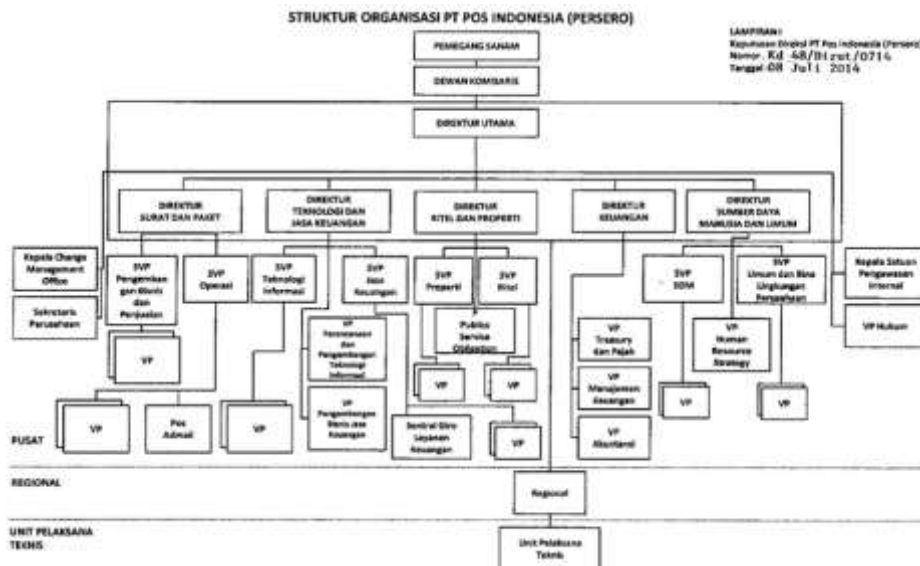
- Berkomitmen kepada pelanggan untuk menyediakan layanan yang selalu tepat waktu dan nilai terbaik
- Berkomitmen kepada karyawan untuk memberikan iklim kerja yang aman, nyaman dan menghargai kontribusi

- 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

• **Motto**

“TEPAT WAKTU SETIAP WAKTU (ON TIME EVERY TIME)”

2.2.2 Struktur PT. Pos Indonesia (Persero)



Sumber: www.posindonesia.co.id

Gambar 2.3

Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia

Struktur organisasi PT. Pos Indonesia pusat, dimana membawahi seluruh kantor pos yang tersebar diseluruh Indonesia. Adapun pemegang jabatan inti PT. Pos Indonesia sebagai berikut:

2.3 Deskripsi Jabatan

Adapun uraian tugas dan fungsi yang akan dijabarkan dalam bentuk kegiatan pekerjaan yaitu sebagai berikut:

2.3.1 Pengelolaan dan Penjualan

1. Manajer Pengelolaan dan Penjualan

Bagian Pengelolaan dan Penjualan dipimpin oleh Manajer Pengelolaan dan Penjualan. Tugas pokok Manajer Pengelolaan dan Penjualan adalah bertanggung jawab atas penyusunan kebijakan yang berkaitan dengan penjualan, atribut atau fitur, klasifikasi dan jenis layanan, pengelolaan brand layanan paket.

Untuk melaksanakan tugas pokok tersebut, Manajer Pengelolaan dan Penjualan ditugaskan untuk melaksanakan aktivitas utama:

- a.** Menyusun program kerja dan anggaran bagiannya;
- b.** Menyusun strategi pengembangan;
- c.** Menyusun konsep pengembangan;
- d.** Mengidentifikasi kebutuhan kemitraan
- e.** Menginisiasi terselenggaranya kerja sama kemitraan untuk penguatan dan pengembangan produk paket;
- f.** Melakukan analisis bisnis yang meliputi: ramalan pangsa pasar, biaya pengembangan, proyeksi keuangan, dan kesesuaian terhadap visi dan misi perusahaan;
- g.** Menyusun kebijakan
- h.** Menyusun kebijakan *brand*;

- i. Menyusun strategi pentarifan;
- j. Menyusun kebijakan diskon, insentif, dan pembinaan pelanggan;
- k. Melakukan pengujian produk;
- l. Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap efektivitas pengembangan produk
- m. Melakukan analisis *product life cycle*
- n. Menyusun dan menyampaikan laporan produk paket;
- o. Memastikan semua kebijakan yang dibuat untuk pengembangan produk paket dapat diimplementasikan dan menguntungkan perusahaan.

2. Divisi Pengelolaan dan Penjualan

Divisi ini dibawah oleh manajer Pengelolaan dan Penjualan, bertugas membantu manajer dalam mengambil keputusan pasar seperti membuat konten iklan, melakukan riset pemasaran, menganalisis media promosi dan sebagainya.

2.4 Aspek Kegiatan Perusahaan

Pos Indonesia berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat. Pelayanan yang diberikan melalui pengembangan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat Indonesia.

Bisnis nasional dan internasional pun semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi yang ada. Salah satu kebutuhan penting dalam menunjang pertumbuhan dunia usaha tersebut adalah memberikan dukungan dalam kelancaran lalu lintas informasi, dokumen, barang, dan uang. Dengan latar belakang tersebut menjadikan Pos Indonesia menyatakan sikap dan meneguhkan tekad untuk lebih

fokus dalam mengembangkan Jasa Pengiriman Surat Pos, Dokumen dan Barang, Layanan Logistik, serta Layanan Keuangan dengan visinya: Intergrated Mail, Logistic and Financial Service Infrastructure.

Daftar berikut merupakan daftar layanan utama yang diberikan oleh PT POS Indonesia:

1. Surat dan Paket

a. Poss Express



Gambar 2.4

Logo Pos Express

Pos Express adalah layanan istimewa di Pos Indonesia yang mengedepankan akurasi pengiriman, cepat, tepat, mudah dilacak dengan harga yang kompetitif. Penyerahan kiriman Pos Express maksimal H+1.

Jenis layanan Pos Express:

- Sameday Service

Kiriman hari ini, tiba di tempat tujuan di hari yang sama.

- Nextday Service

Kiriman hari ini tiba di tempat tujuan keesokan harinya.

b. Surat Pos



Gambar 2.5

Logo Paket Pos

“Pengiriman Barang Hemat Dengan Jaringan Terluas dan Standar Internasional”

JENIS LAYANAN PAKET POS :

- PaketPos Standar Dalam Negeri
Layanan hemat untuk pengiriman barang dalam negeri.
- PaketPos Standar Luar Negeri
Layanan hemat untuk pengiriman barang luar negeri.
- PaketPos Kilat Khusus
Layanan prioritas pengiriman barang untuk kota tujuan tertentu di Indonesia. Garansi waktu tempuh kiriman dan ganti rugi jika terjadi keterlambatan.
- PaketPos Perlakuan Khusus
Layanan pengiriman barang dengan perlakuan khusus tersebut, dapat disesuaikan dengan permintaan pelanggan seperti permintaan : Berita Terima, Reporting, Track and Trace, Pick Up Service, Inserting dan Pra Posting.

c. Express Mail Service (EMS)



Gambar 2.6

“Gunakan EMS sebagai layanan premium untuk pengiriman surat, dokumen dan barang ke luar negeri.”

d. Weselpos

WESELPOS, layanan transfer uang cepat dalam negeri, dengan berbagai kelebihan yang ditawarkan :

- Jangkauan luas, didukung oleh kantor pos on-line yang tersebar diseluruh Indonesia, sehingga memberikan kemudahan kepada Anda untuk melakukan transfer dan pengambilan uang melalui kantor pos terdekat.
- Cepat dan mudah, prosedur transfer yang cepat dan mudah, Anda tinggal mendatangi kantor pos terdekat serta mengisi dan menyerahkan formulir kepada petugas kami, setelah anda menerima slip transfer maka pada saat itu juga transfer uang Anda sudah dapat diambil di kantor pos terdekat. Anda dapat memberitahu secara langsung informasi kiriman kepada penerima atau kami akan sampaikan informasi tersebut melalui surat pos, telpon atau e-mail.
- Aman dan handal, tingkat keamanan yang berlapis, dari transaksi setor sampai dengan transaksi pencairan, memberikan kepastian

bahwa tranfer uang anda akan kami serahkan kepada orang yang benar-benar berhak menerima.

- Terlacak, pelacakan kiriman melalui web.

e. Giropos

Layanan transaksi keuangan yang berbasis rekening koran sebagai alternatif layanan perbankan dengan jangkauan yang lebih luas dan tersebar di seluruh Indonesia serta terhubung secara real time online untuk penerimaan setoran, penarikan (pembayaran dengan Cek) dan pemindahbukuan menggunakan teknologi berbasis core banking system.

f. Layanan Kargo

Point to Point

- Layanan pengiriman barang dari gudang pengirim langsung ke gudang penerima.
- Harga dapat dinegosiasikan.

Kargo Pos (Paket Optima)

- Solusi untuk kiriman Anda tanpa batasan ukuran dan berat.
- Garansi asuransi ongkos kirim dan nilai barang.
- Pengurusan penyelesaian dokumen
- Tarif kompetitif.