

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Pos Indonesia**

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.

#### **2.2 Perubahan Status Pos Indonesia**

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 Kantorpos online, serta dilengkapi elektronik 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.

## **2.3 Visi, Misi dan Kredo**

### **2.3.1. Visi**

PT. Pos Indonesia memiliki visi “Menjadi Perusahaan pos terpercaya”

### **2.3.2. Misi**

Misi PT. Pos Indonesia adalah sebagai berikut:

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

### 2.3.3. Kredo “ Terus Bergerak Maju ( *Move On* )”

*Move On* dijabarkan dalam :

1. *Vision* : *to be a trusted postal service company*
2. *Action* : *Operational effectiveness, cost efficiency,overwhelming challenge, & increase revenue*
3. *Passion* : *Champion Postal Company in the Region*
4. *Collaboration* : *Merger & acquisition*

## 2.4 Arti dan Makna Logo Pos Indonesia

Gambar 2.1  
Logo Pos Indonesia



Sumber : <http://www.posindonesia.com>

- Simbol burung merpati dalam posisi terbang dengan pandangan lurus ke depan, lima garis sayap yang berbentuk garis-garis kecepatan, memiliki arti/makna bahwa perusahaan dalam menjalankan usahanya mengutamakan pada kecepatan, ketepatan dan terpercaya.

- Simbol bola dunia melambangkan peran perusahaan sebagai penyelenggara layanan yang mampu menjadi sarana komunikasi dalam lingkup nasional maupun internasional.
- Tipe tulisan “POS INDONESIA” dengan huruf Futura Extra Bold memberikan ciri khas sebagai perusahaan kelas dunia.
- Warna logo menggunakan warna korporat yaitu warna pos orange dan abu-abu. Warna Pos orange mengandung arti/makna dinamis dan cepat sedangkan warna abu-abu merupakan warna natural mengandung arti/makna modern dari sisi pendekatan bisnis.

## **2.5 Tilografi**

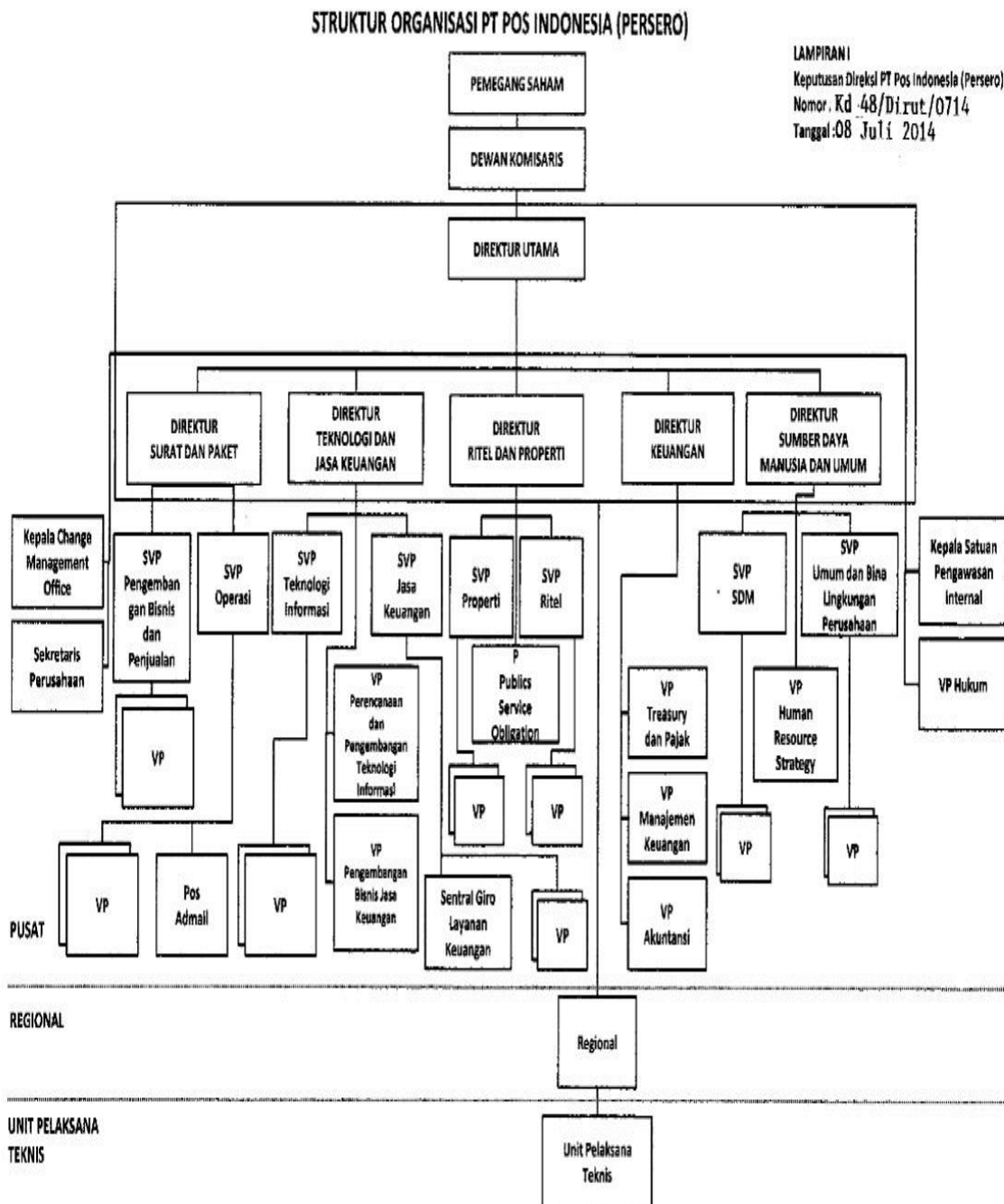
Tulisan “POS INDONESIA” terletak di bawah simbol burung merpati dan bola dunia dengan spesifikasi teknis :

- A. Panjang tulisan POS INDONESIA sama dengan panjang/jarak horizontal ujung sayap terjauh dan ujung paruh burung merpati.
- B. Letak huruf “O” pada tulisan INDONESIA tepat di bawah as vertical bola dunia.
- C. Jarak antara sisi bawah bola dunia dengan sisi atas tulisan POS INDONESIA adalah setengah dari ukuran tinggi huruf “POS INDONESIA”.
- D. Letak ujung ekor burung merpati tepat di atas huruf “I pertama” pada tulisan “INDONESIA”.

## 2.6 Struktur Organisasi PT Pos Indonesia

Gambar 2.2

Struktur Organisasi PT Pos Indonesia



Sumber : <http://www.posindonesia.com>

## 2.7 Uraian Jabatan

### a) Kepala Regional

Ka. Regional mempunyai fungsi mencapai target laba melalui peraihan pendapatan dan optimalisasi sumber daya, serta efisiensi dan efektivitas biaya melalui implementasi strategi dan kebijakan penjualan, pengendalian keuangan dan operasional dengan dukungan perencanaan pengembangan sumber daya dan pengembangan kapasitas, berperan sebagai *change agen*. Perusahaan serta mengendalikan kinerja dan mutu operasional seluruh Unit Pelaksana Teknis yang berada dalam lingkup tanggung jawab Regional.

### b) Bidang Bisnis Surat dan Paket

Bidang Bisnis Surat dan Paket dipimpin oleh Deputi Bisnis Surat dan Paket yang bertanggung jawab kepada Ka. Regional.

Deputi Bisnis Surat dan Paket mempunyai fungsi mengelola dan mengendalikan aktivitas penjualan, promosi dan operasi Bisnis Surat dan Paket, Piutang Surat dan Paket, serta bertanggung jawab untuk mencapai target kinerja Bisnis Surat dan Paket yang ditetapkan.

### c) Bagian Pengendali Sistem Operasi

Bagian Pengendalian Sistem Operasi dipimpin oleh Manajer Pengendalian Sistem Operasi, yang bertanggung jawab kepada Deputi Operasi Surat dan Paket.

Manajer Pengendalian Sistem Operasi mempunyai fungsi mengelola penanganan irregularitas, kepatuhan pelaksanaan operasional, dan penyelesaian ganti rugi kirimanpos, serta memelihara kinerja sistem dan mutu operasi kirimanpos.

### d) Bagian Proses dan Transportasi

Bagian Proses dan Transportasi dipimpin oleh Manajer Proses dan Transportasi, yang bertanggung jawab kepada Deputi Operasi Surat dan Paket.

Manajer Proses dan Transportasi mempunyai fungsi mengelola dan mengendalikan pengaturan jaringan, moda transportasi, *indoor process*,

penyiapan data tutupanpos untuk penanganan kirimanpos dalam lingkup tanggungjawabnya.

e) Bagian Kolekting dan Antaran

Bagian Kolekting dan Antaran dipimpin oleh Manajer Kolekting dan Antaran, yang bertanggung jawab kepada Deputi Operasi Surat dan Paket.

Manajer Kolekting dan Antaran mempunyai fungsi mengelola dan mengendalikan pelaksanaan proses *pra posting*, *pick up service*, penentuan beban antaran, kinerja antaran dan pengawasan reporting antaran Surat dan Paket serta penyiapan data untuk sewa kendaraan roda dua.

f) Bagian Perencanaan dan Administrasi Penjualan

Bagian Perencanaan dan Administrasi Penjualan dipimpin oleh Manajer Perencanaan dan Administrasi Penjualan, yang bertanggung jawab kepada Deputi Bisnis Surat dan Paket.

Manajer Perencanaan dan Administrasi Penjualan mempunyai fungsi merencanakan dan mengendalikan administrasi penjualan Surat dan Paket, mengelola piutang penjualan dan menyusun kegiatan promosi untuk wilayah kerjanya.

g) Bagian Kinerja Penjualan Surat dan Paket

Bagian Kinerja Penjualan Surat dan Paket, dipimpin oleh Manajer Kinerja Penjualan Surat dan Paket, yang bertanggung jawab kepada Deputi Bisnis Surat dan Paket.

Manajer Kinerja Penjualan Surat dan Paket mempunyai fungsi melakukan dan mengkoordinir pengelolaan pelanggan, akuisisi pelanggan, penggarapan pasar dan retensi pelanggan dalam lingkup tanggungjawabnya untuk meningkatkan penjualan Suratpos dan Paketpos sehingga target pendapatan yang telah ditetapkan dapat dicapai secara maksimal dengan biaya seefisien mungkin.

h) Account Manager

Account Manager bertanggung jawab kepada Manajer Kinerja Penjualan Surat dan Paket.

Account Manager mempunyai fungsi melakukan dan mengkoordinir pengelolaan pelanggan, akuisisi pelanggan, penggarapan pasar dan retensi pelanggan di Regional dalam lingkup tanggungjawabnya untuk meningkatkan penjualan Surat dan Paket untuk target yang telah ditetapkan.

i) Bidang Bisnis Jasa Keuangan, Ritel dan Properti

Bidang Bisnis Jasa keuangan, Ritel dan Properti dipimpin oleh Deputi Bisnis Jasa Keuangan, Ritel dan Properti, yang bertanggung jawab kepada Ka. Regional.

Deputi Bisnis Jasa Keuangan, Ritel dan Properti mempunyai fungsi mengelola mengendalikan aktivitas penjualan, promosi dan operasi Jasa Keuangan, Ritel dan Properti untuk mencapai target kinerja yang ditetapkan.

j) Bagian Pemasaran Jasa Keuangan

Bagian Pemasaran Jasa Keuangan dipimpin oleh Manajer Pemasaran Jasa Keuangan yang bertanggung jawab kepada Deputi Bisnis Jasa Keuangan, Ritel dan Properti.

Manajer Pemasaran Jasa Keuangan mempunyai fungsi mengelola kegiatan pemasaran Produk Jasa Keuangan untuk mencapai target pendapatan yang telah ditetapkan.

k) Bagian Operasi Jasa Keuangan

Bagian Operasi Jasa Keuangan dipimpin Manajer Operasi Jasa Keuangan yang bertanggung jawab kepada Deputi Bisnis Jasa Keuangan, Ritel dan Properti.

Manajer Operasi Jasa Keuangan mempunyai fungsi memastikan bahwa operasi Jasa Keuangan Regional berjalan lancar dan prosedur yang dijalankan sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan.



l) Bagian Pemasaran Ritel dan Properti

Bagian Pemasaran Ritel dan Properti dipimpin oleh Manajer Pemasaran Ritel dan Properti yang bertanggung jawab kepada Deputi Bisnis Jasa Keuangan, Ritel dan Properti.

Manajer Pemasaran Ritel dan Properti mempunyai fungsi mengelola kegiatan pemasaran Produk Ritel dan Properti untuk mencapai target pendapatan yang telah ditetapkan.

m) Bagian Pengawasan dan Pengembangan Outlet

Bagian Pengawasan dan Pengembangan Outlet dipimpin oleh Manajer Pengawasan dan Pengembangan Outlet yang bertanggung jawab kepada Deputi Umum.

Manajer Pengawasan dan Pengembangan Outlet mempunyai fungsi mengelola mengendalikan, mengembangkan pelayanan Outlet (Kantorpos, Pemeriksa, Kantorpos Cabang, Loker Ekstensi, *Mobile Postal Service*, *Corporate Postal Management* dan Outlet Kemitraan). Titik layanan lainnya, serta penanganan informasi dan solusi pelanggan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan.

n) Bidang Umum

Bidang Umum dipimpin oleh Deputi Umum yang bertanggung jawab kepada Ka. Regional.

Deputi Umum mempunyai fungsi mengelola dan mengendalikan aktivitas bidang umum yang meliputi SDM, PKBL, Sarana, Sekretariat, Keuangan dan Teknologi untuk memberikan support kepada fungsi bisnis serta menjamin efisiensi dan efektivitas pengelolaan sumber daya.

o) Bagian SDM

Bagian SDM dipimpin oleh Manajer SDM, yang bertanggung jawab kepada Deputi Umum.

Manajer SDM mempunyai fungsi sebagai berikut :

1. Mengelola dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan Manajemen sumber daya Manusia dan tertib administrasinya dalam lingkup tanggungjawabnya
2. Mengelola dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan program kemitraan dan bina lingkungan Perusahaan serta *corporate social responsibility* (CSR) dalam lingkup tanggungjawabnya.

p) Bagian Infrastruktur TI dan Sarana

Bagian Infrastruktur TI dan Sarana dipimpin oleh Manajer Infrastruktur TI dan Sarana yang bertanggung jawab kepada Deputi Umum.

Manajer Infrastruktur TI dan Sarana mempunyai fungsi melaksanakan dan menjamin ketersediaan Infrastruktur TI (perangkat keras, jaringan, dan perangkat lunak yang *embedded*) untuk mendukung operasional dan kegiatan pendukung lainnya serta melaksanakan pengelolaan peralatan, kendaraan, gedung, tanah, dan sarana lainnya termasuk administrasinya yang berada dalam lingkup tanggung jawab Regional sehingga tersedia dukungan terhadap pencapaian sasaran masing-masing UPT bawahannya.

q) Bagian Sekretariat

Bagian Sekretariat dipimpin oleh Manajer Sekretariat yang bertanggung jawab kepada Deputi Umum.

Manajer Sekretariat mempunyai fungsi :

1. Mengelola dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan administrasi umum yang meliputi kegiatan rumah tangga dan kesekretariatan kantor Regional.
2. Mengelola kegiatan kehumasan dan protokoler, Manajemen risiko, kegiatan hukum untuk Regional dan tertib administrasinya.
3. Melaksanakan proses pengadaan barang dan jasa untuk seluruh wilayah Regionalnya sesuai dengan batas tanggung jawab dan kewenangannya.

r) Bagian Keuangan

Bagian Keuangan dipimpin oleh Manajer Keuangan yang bertanggung jawab kepada Deputi Umum.

Manajer Keuangan mempunyai fungsi penyusunan anggaran pendapatan dan biaya Regional termasuk UPT bawahannya, pengendalian pencapaian sasaran-sasaran keuangan, dan penyelesaian laporan keuangan di Regional dan UPT bawahannya.

s) Bagian Operasi dan Solusi TI

Bagian Operasi dan Solusi TI dipimpin oleh Manajer Solusi TI yang bertanggung jawab kepada Deputi Umum.

Manajer Operasi dan Solusi TI mempunyai fungsi melaksanakan kebijakan di bidang pengembangan dan sekuriti TI, melakukan pengawasan dan pengendalian sistem TI untuk menjamin SLA, menjamin ketersediaan sistem TI untuk mendukung operasional dan pengembangan pasar Surat dan Paket serta pengembangan pasar Jasa Keuangan.

## 2.8 Jaringan Pos Express

### a) Jaringan Pos Express Nasional

Daerah pemasaran yang dilakukan Pos Express Nasional meliputi : Jaringan Layanan Pos Express antar Kantor Pos antar Divre yang mampu memenuhi tercapainya pertukaran kiriman pos dengan SWP H+0 s/d maksimal H+1 secara timbal balik (*outgoing dan incoming*).

Tabel 2.1.

Jaringan Pos Express Nasional

	Nama UPT	Nomor Dirian
Divre I	Medan	20000
Divre II	Padang	25000
	Pekanbaru	28000
	Tanjungpinang	29100
	Batam	29400
Divre III	Palembang	30000
	Pangkalpinang	33100
	Bandarlampung	35000
	Jambi	36000
	Bengkulu	38000
Divre IV	Jakarta	10000
	Tangerang	15000
	Ciputat	15400
	Bogor	16000
	Depok	16400
	Sawangan	16500
	Cibinong	16900
	Bekasi	17000
	Pondokgede	17400
	Serang	42100
Cilegon	42400	

Divre V	Bandung	40000
	Cimahi	40500
	Ujungberung	40600
	Soreang	40900
	Purwakarta	41100
	Cirebon	45100
Divre VI	Semarang	50000
	Yogyakarta	55000
	Solo	57100
Divre VII	Surabaya	60000
	Sidoarjo	60500
	Malang	65100
Divre VIII	Denpasar	80000
	Mataram	83000
Divre IX	Banjarmasin	70000
	Balikpapan	76100
	Pontianak	78000
Divre X	Makassar	90000
	Manado	95000

Sumber : PT Pos Indonesia

b) Jaringan Pos Express Satelit

Daerah pemasaran yang dilakukan Pos Express Satelit meliputi: yaitu jaringan Layanan Pos Express dari Kantor Pos diluar jaringan layanan nasional ke Jaringan Layanan Nasional yang mampu memenuhi tercapainya SWP H+0 s/d maksimal H+1 secara searah (*outgoing*).

c) Jaringan Pos Express Regional

Daerah pemasaran yang dilakukan Pos Express Regional meliputi: yaitu jaringan Layanan Pos Express antar Kantorpos dalam satu Divre yang mampu memenuhi tercapainya pertukaran kiriman pos

dengan SWP H+0 s/d maksimal H+1 **searah maupun timbal balik (outgoing dan incoming)**. Kebijakan Pola Operasi (jaringan sekunder dan tersier) serta tarif merupakan kewenangan DIVRE.

## 2.9 Layanan Pos Express

Pos Express merupakan suatu produk yang berada dalam satu manajemen dengan PT Pos Indonesia. Pos Express mempunyai beberapa layanan produk yaitu:

1. Jasa Kurir Cepat ( Express Courir Service), merupakan layanan kiriman ritel yang terdiri dari :
  - a) Sameday Service yaitu layanan surat dan paket akan disampaikan ke tangan alamat yang dituju pada hari yang sama (H+0).
  - b) Nextday Service yaitu layanan surat dan paket akan disampaikan ke tangan alamat yang dituju pada keesokan harinya (H+1).
2. Service Level Guarantee Based, merupakan layanan bisnis atau Korporate yang memiliki keunggulan sebagai berikut :
  - a) Tepat waktu, akurat, dan terlacak.
  - b) Layanan dituangkan dalam perjanjian kerja sama atau kontrak berdasar service level agreement (SLA) yang telah disepakati kedua belah pihak.
  - c) Sistem Collecting yang memberikan kemudahan bagi pelanggan maupun bagi Unit Bisnis Pos Express dalam pemrosesan kiriman.
  - d) Penyediaan report status secara cepat.
3. Mailing Room
  - a) Layanan yang dituangkan dalam perjanjian kerja sama atau kontrak berdasar service level agreement (SLA) yang telah disepakati kedua belah pihak.
  - b) Layanan Mailing Room, meliputi :
    - 1) Penanganan kiriman antar kantor cabang pada suatu perusahaan.
    - 2) Penanganan kiriman antar perusahaan yang berlokasi dalam satu gedung.

- 3) Penanganan kiriman antar departemen pada suatu perusahaan yang berlokasi pada suatu wilayah.
4. Project Based
    - a) Kiriman berbasis proyek secara prinsip memiliki karakteristik yang sama dengan kiriman korporat.
    - b) Memiliki jangka waktu yang relatif pendek.

Penggunaan layanan Pos Express adalah pelanggan yang mengutamakan kecepatan, ketepatan, dan keterlacakan kiriman dengan memiliki kemampuan daya beli yang memiliki klasifikasi menengah ke atas yaitu :

- 1) Ritel

Ritel merupakan kiriman yang diterima di loket pelayanan Pos Express.

- 2) Korporat

Korporat merupakan kiriman yang diterima dari pelanggan bisnis dengan syarat dan penanganan khusus yang diikuti dalam suatu perjanjian kerjasama.

## **2.10 Tarif Pos Express**

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa setiap perusahaan harus menetapkan harga jual untuk produknya secara tepat. Pos Express menetapkan harga jual selalu disesuaikan dengan pasar sasaran yang akan dituju, agar produk atau jasanya dapat diterima oleh konsumen dengan baik karena harganya terjangkau. Proses penetapan harga perusahaan adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2  
 Tarif Pos Express PT Pos Indonesia Regional VI Semarang

Pos Express		TARIF MENURUT TINGKAT BERAT (Rp.)							BARANG
		SURAT						1000	
KANTOR ASAL	KANTOR TERIMA	0-100	101-250	251 - 500	>501-1000	>1001-1500	>1501-2000		GRAM BERIKUTNYA
		GRAM	GRAM	GRAM	GRAM	GRAM	GRAM	GRAM	
50000	20000	32000	34500	36500	45500	68500	91000	45500	
50000	25000	29500	31500	33500	41500	62500	83000	41500	
50000	28000	30000	32000	34000	42500	64000	85000	42500	
50000	29100	27000	28500	30500	38000	57000	76000	38000	
50000	29400	29500	31500	34000	42000	63000	84000	42000	
50000	30000	24500	26500	28000	35000	52500	70000	35000	
50000	33100	28000	30000	32000	39500	59500	79000	39500	
50000	35000	23500	25000	26500	33000	49500	66000	33000	
50000	36000	25500	27000	29000	36000	54000	72000	36000	
50000	38000	28000	30000	32000	39500	59500	79000	39500	
50000	10000	17500	19000	20000	25000	37500	50000	25000	
50000	15000	19000	20500	22000	27000	40500	54000	27000	
50000	15400	19000	20500	22000	27000	40500	54000	27000	
50000	16000	19000	20500	22000	27000	40500	54000	27000	
50000	16400	19000	20500	22000	27000	40500	54000	27000	
50000	16500	20500	22000	23500	29000	43500	58000	29000	
50000	16900	19000	20500	22000	27000	40500	54000	27000	
50000	17000	19000	20500	22000	27000	40500	54000	27000	
50000	17400	20500	22000	23500	29000	43500	58000	29000	
50000	42100	19500	21000	22000	27500	41500	55000	27500	
50000	42400	19500	21000	22000	27500	41500	55000	27500	
50000	40000	19500	21000	22000	27500	41500	55000	27500	
50000	40500	19500	21000	22000	27500	41500	55000	27500	
50000	40900	19500	21000	22000	27500	41500	55000	27500	
50000	41100	19500	21000	22000	27500	41500	55000	27500	
50000	45100	19500	21000	22000	27500	41500	55000	27500	
50000	55000	15500	16500	17500	21500	32500	43000	21500	
50000	57100	15500	16500	17500	21500	32500	43000	21500	
50000	60000	19500	21000	22000	27500	41500	55000	27500	
50000	65100	21500	23000	24500	30500	46000	61000	30500	
50000	80000	28500	30500	32500	40500	61000	81000	40500	
50000	83000	30000	32000	34000	42500	64000	85000	42500	



	50000	70000	31500	34000	36000	45000	67500	90000	45000
	50000	76100	37500	40500	43000	53500	80500	107000	53500
	50000	78000	33000	35500	38000	47000	70500	94000	47000
	50000	90000	35000	37500	40000	49500	74500	99000	49500
	50000	95000	40500	43500	46000	57500	86500	115000	57500

Sumber: PT Pos Indonesia Regional VI Semarang

Dari keterangan diatas Klasifikasi kebijakan tarif dapat dibedakan berdasarkan sasaran konsumennya terdiri dari :

a) Tarif Ritel (Publish rate)

Tarif yang diperuntukkan untuk segmen pelanggan ritel, yaitu pelanggan individu dan perusahaan atau instansi yang mengirim kiriman di loket. Kebijakan penetapan tarif yang diterapkan untuk layanan Pos Express ini dilakukan dengan pendekatan:

- 1) Tarif Pasar
- 2) Tarif pesaing
- 3) Kemampuan Daya beli

b) Tarif Spesial (Special rate)

Tarif khusus yang diberikan kepada pelanggan korporat atau pemerintah secara selektif melalui proses negosiasi tarif dengan persyaratan volume atau besar uang tertentu, berlaku dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan kerja sama (PKS atau Surat Kontrak) yang telah ditandatangani kedua belah pihak.

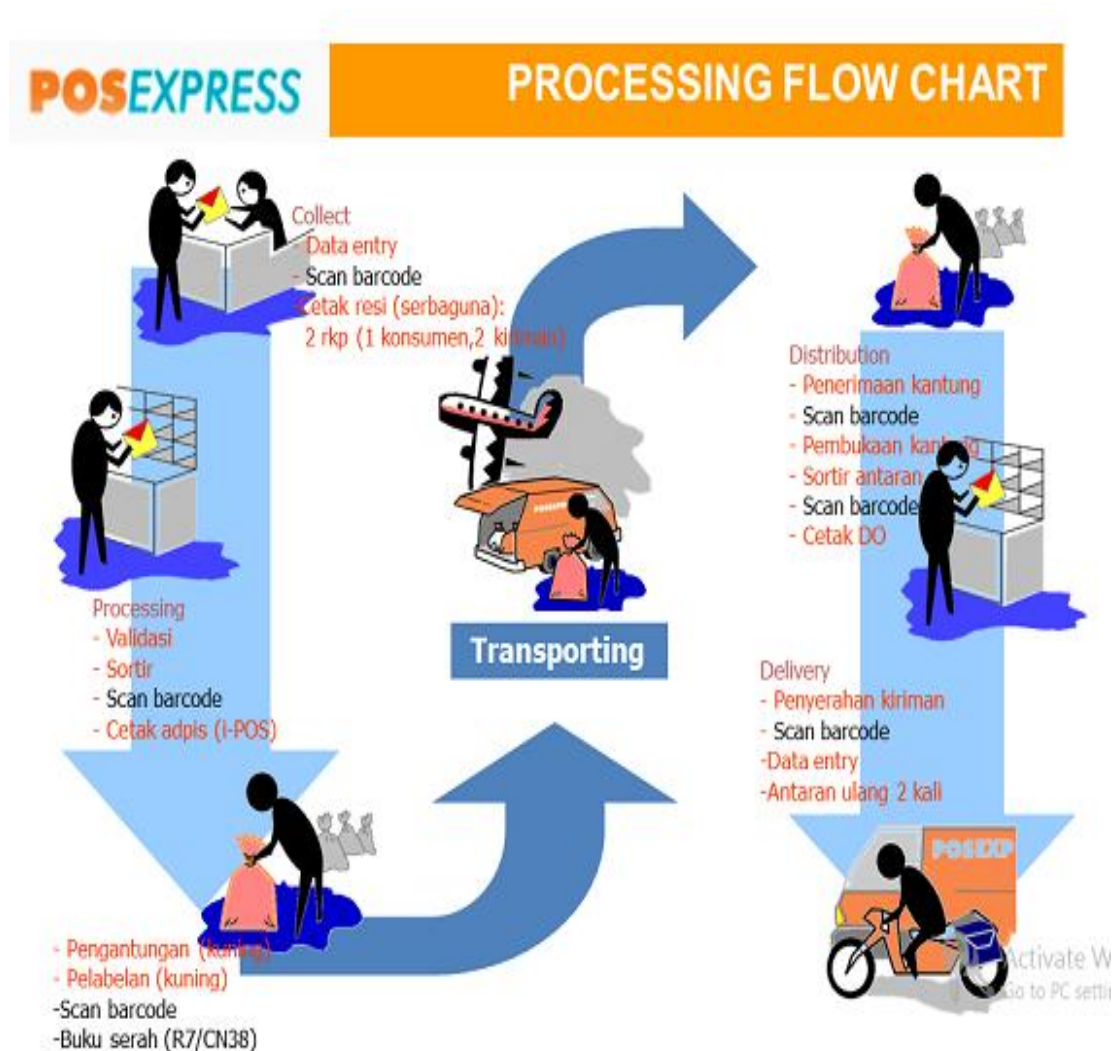
c) Diskon

Tarif dengan potongan harga yang diberikan kepada pelanggan korporat atau pemerintah secara selektif dengan persyaratan volume atau besar uang tertentu, yang berlaku dalam jangka waktusuai dengan kesepakatan kerjasama (PKS atau Surat Kontrak) yang telah ditandatangani kedua belah pihak.

## 2.11 Distribusi Pos Express

PT Pos Indonesia yang bergerak dalam bidang jasa, yang diantaranya layanan Pos Express. Pos Express bertanggung jawab untuk mengirimkan kiriman sampai ke tempat tujuan dengan kondisi baik. Untuk itu Pos Express harus mempunyai alur distribusi yang berjalan dengan lancar, yang akhirnya konsumen merasa nyaman dan puas dengan kinerja yang diberikan. Di bawah ini adalah Alur Distribusi Pos Express.

Gambar 2.3  
Alur Distribusi Pos Express



Sumber : PT Pos Indonesia Regional VI Semarang