

# Bab I

## Pendahuluan

### 1.1 Gambaran Perusahaan

PT. Pos Logistik Indonesia merupakan anak perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero) yang mana bertujuan untuk mengembangkan bisnis dibidang logistik dengan memanfaatkan jaringan pos yang tersebar di seluruh Indonesia sebanyak 4.367 jaringan dan 33.000 titik penjualan di seluruh Indonesia. PT. Pos Logistik Indonesia menawarkan kepada konsumen sebuah kemudahan karena seluruh alur proses logistik ditangani langsung oleh tenaga ahli yang profesional. Proses logistik yang dilakukan memanfaatkan jaringan yang sudah mencakup seluruh area di Indonesia sehingga membuat perusahaan ini memiliki keunggulan bagi para pengguna jasa. Fleksibilitas yang dimiliki PT. Pos Logistik Indonesia akan memenuhi seluruh kebutuhan bagi para konsumen, perusahaan siap melayani jasa warehouse, inventory, picking, dan packing. Dengan menyediakan layanan yang bervariasi untuk memudahkan pemilihan sesuai kebutuhan konsumen, PT Pos Logistik Indonesia memberikan jaminan kepada client agar mereka merasa terjaga, dengan didukung teknologi yang canggih, seluruh aktivitas dilapangan akan terjamin keamanan dan kecepatan.



Gambar 1.1 Logo PT. Pos Logistik Indonesia

PT. Pos Logistik Indonesia mempunyai nilai budaya perusahaan yang diharapkan dapat mendukung kinerja seluruh karyawan untuk mewujudkan nilai visi misi yang dimiliki PT Pos Logistik Indonesia, adapun bentuk budaya dan *core value* perusahaan yang dimiliki perusahaan,

#### a. Nilai Budaya

1. Profesional, sikap yang membantu untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam melayani pelanggan;
2. *Orientation to Customer*, memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan secara memuaskan untuk kebutuhan mereka;

3. *Safety*, bertindak dengan sikap yang benar mengenai keselamatan pekerja, kontraktor, pelanggan, dan masyarakat;
4. *Learner*, terus belajar dengan memanfaatkan kreatifitas sehingga menciptakan pengetahuan untuk terus mengembangkan perusahaan;
5. *Open Minded*, mengembangkan bisnis dengan pikiran terbuka sehingga memunculkan ide, fakta, pengetahuan, dan kebijaksanaan;
6. *Great Result*, menggabungkan semua nilai yang dipercayai untuk meraih hasil yang besar.

b. *Core Value* AKHLAK

1. Amanah, PT. Pos Logistik Indonesia memegang teguh kepercayaan yang diberikan dengan memenuhi janji dan komitmen, bertanggung jawab terhadap tugas, keputusan, dan tindakan yang dilakukan, dan berpegang kepada nilai moral dan etika.
2. Kompeten, dengan terus belajar mengembangkan kapabilitas dengan meningkatkan kompetensi, membantu orang lain untuk belajar dan menjaga kualitas tugas yang diselesaikan.
3. Harmonis, saling peduli dan menghargai perbedaan apapun latar belakang, suka menolong orang lain, dan membantu lingkungan kerja yang kondusif.
4. Loyal, berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara, selalu menjaga nama baik karyawan, pimpinan, BUMN, dan Negara, rela berkorban dan patuh terhadap pimpinan.
5. Adaptif, terus berinovasi dalam menggerakkan atau menghadapi perubahan dengan cepat menyesuaikan diri dengan melakukan perbaikan dan proaktif.
6. Kolaboratif, membangun kerjasama yang sinergis dengan memberi kesempatan kepada pihak manapun untuk memberikan kontribusi, bersikap terbuka dan memanfaatkan sumber daya untuk tujuan bersama.

c. Visi dan Misi Perusahaan

Untuk mendukung tercapainya cita-cita perusahaan dan menjalankan seluruh kegiatan bisnis logistik, PT Pos Logistik Indonesia tentu memiliki visi dan misi perusahaan, adapun visi misi perusahaan sebagai berikut:

- Visi perusahaan  
Menjadi penyedia solusi logistik terpadu yang terpercaya, terluas, dan terkemuka di Indonesia

- Misi perusahaan  
Menjadi jawaban bagi tantangan logistik di Indonesia, dengan menggabungkan kemampuan perusahaan dalam memberikan solusi melalui pendekatan nasional yang disinergikan dengan solusi global untuk penggunaan teknologi yang tepat, sehingga kehadiran kami tidak hanya memberikan solusi bagi pelanggan tapi juga memberikan keuntungan kepada investor dalam meningkatkan perekonomian Indonesia.

## 1.2 Sejarah Perusahaan

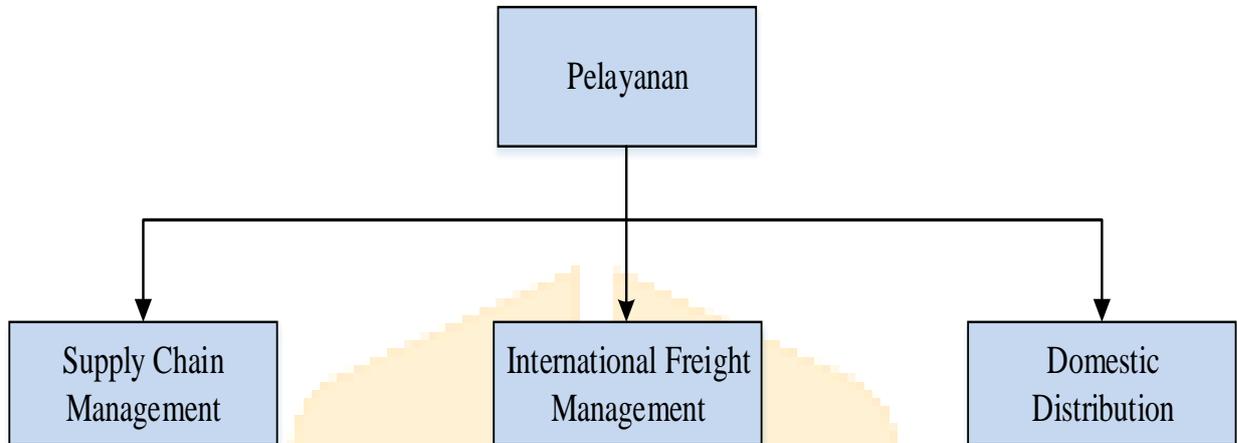
Gagasan dibentuknya PT. Pos Logistik Indonesia adalah karena PT. Pos Indonesia pada tahun 2004 PT. Pos Logistik Indonesia merupakan sebuah proyek bisnis yang pada awalnya disiapkan oleh PT Pos Indonesia untuk melakukan pengembangan bisnis ke dunia logistik di Indonesia dan kemudian pada tahun 2007 terjadi pengembangan lagi pada perusahaan PT Pos Logistik Indonesia yaitu *strategic business unit*. Karena dinilai memiliki masa depan pendapatan perusahaan yang sangat menjanjikan february 2012 berdirilah PT. Pos Logistik Indonesia berbentuk perseroan terbatas sebagai anak perusahaan dari PT. Pos Indonesia yang bertugas untuk meningkatkan bisnis logistik di Indonesia yang diharapkan menjadi pilihan nomor satu untuk perusahaan yang bergerak pada bidang jasa logistik.. Dikarenakan perusahaan ini berbentuk Perseroan terbatas, maka PT. Pos Logistik Indonesia juga tunduk terhadap undang-undang No 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan terbatas. Selain dengan Undang-Undang tersebut, PT. Pos Logistik Indonesia juga tunduk dengan beberapa hukum antara lain:

- Undang-Undang no 38 Tahun 2009 Tentang Pos,
- Peraturan Menteri no 74 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan dan Pengusahaan Jasa Pengurusan Transportasi,
- Regulasi *International Civil Aviation Organization* (ICAO) yang mengatur tentang standar keselamatan penerbangan.

Dengan posisi sebagai anak perusahaan, serta didukung oleh pekerja atau tenaga ahli yang berkompeten dan profesional dalam bidangnya dapat melahirkan berbagai strategi dan *positioning* bisnis, maka PT Pos Logistik Indonesia optimis dapat beroperasi secara independen untuk dapat memaksimalkan peluang bisnis logistik di Indonesia sekaligus memanfaatkan jaringan dari Pos Indonesia yang sudah terbangun di seluruh Indonesia.

### 1.3 Layanan Perusahaan

Pelayanan yang ditawarkan pada Kantor Pos Logistik ini secara garis besar terdiri dari bermacam-macam jenis pelayanan, dapat dilihat seperti bagan berikut ini,



Gambar 1.2 Pelayanan PT. Pos Logistik Indonesia

Dari bagan diatas, secara umum terdapat tiga jenis pelayanan yang disediakan PT. Pos Logistik Indonesia. Berikut penjelasan secara umum mengenai pelayanan dalam jasa logistik.

#### a. Supply Chain Management

Supply chain merupakan sebuah jaringan yang terbentuk dari beberapa lembaga atau perusahaan dalam melakukan kegiatan logistik seperti memproduksi barang dan melakukan distribusi hingga barang tersebut tiba di konsumen. Dalam *Supply Chain* atau rantai pasok, seluruh kegiatan didalamnya tidak hanya mencakup produksi dan distribusi saja, tetapi ada juga pihak lainnya yang terlibat seperti pengecer, transporter, dan gudang. Semua diatur agar seluruh proses rantai pasokan berjalan dengan tepat sasaran karena di dalam kegiatan rantai pasok mengalir tiga buah nilai yaitu informasi, barang, dan keuangan. Misalkan Amazon menampilkan sebuah produk pasta gigi, informasi stok barang, dan harga yang ditawarkan. Kemudian pelanggan melakukan pengiriman uang kepada Amazon tersebut, perusahaan akan menyampaikan ke toko penjual data barang yang dipesan dan juga menyampaikan permintaan pengisian ulang stok pasta gigi di gudang agar stok di toko penjual terisi kembali. Dari contoh diatas, dapat diterangkan bahwa *Supply Chain Management* merupakan sebuah metode untuk mengatur sebuah produksi barang mulai dari pemasok hingga ke tangan konsumen dengan rangkaian proses yang saling terintegrasi.

b. Freight Management

Manajemen angkutan atau *Freight Management* merupakan sebuah jasa yang berfungsi untuk memindahkan muatan dari tempat asal ke tempat tujuan secara efektif dan efisien dengan menggunakan berbagai moda transportasi. Memberikan solusi pengurusan jasa pengurusan transportasi barang via transportasi darat, laut, udara (Multimoda). Manajemen memiliki tanggung jawab untuk mengirimkan barang dengan jumlah yang benar, pengiriman tepat waktu, tujuan yang benar, dan barang bebas dari kerusakan. Seluruh proses *Freight Management* meliputi penyimpanan barang, pengemasan, penimbangan, asuransi, hingga penyelesaian seluruh tagihan biaya. Dari proses tersebut yang menjalankan kegiatan manajemen disebut dengan *Freight Forwarder*, *Freight Forwarder* adalah badan usaha yang bertujuan untuk memberikan jasa pelayanan/pengurusan atas seluruh kegiatan yang diperlukan bagi terlaksananya pengiriman, pengangkutan dan penerimaan barang dengan menggunakan multimoda transport baik melalui darat, laut, udara (R.P.Suyono, 2007: 251). Mereka akan memikirkan seluruh metode bagaimana cara mengirimkan barang yang efisien dengan mengeluarkan biaya yang serendah mungkin seperti dengan pemilihan rute atau perencanaan beban muatan.

c. Domestic Distribution

Dalam dunia logistik, proses distribusi merupakan hal yang sangat penting sebagai penyambung antara produsen kepada konsumen, Distribusi merupakan kegiatan menyebarkan barang, penyaluran barang, atau pemindahan hak atas barang tersebut dari produsen menuju konsumen. Pendistribusian ini merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang gunanya untuk memperlancar penyampaian barang atau jasa dari produsen kepada konsumen. Di dalam manajemen distribusi, terdapat saluran distribusi yang membawa 3 nilai di dalamnya pertama adalah informasi, bertugas untuk mengumpulkan informasi mulai dari hasil riset pemasaran sampai potensi pasar. Kedua adalah promosi dengan menyebar luaskan komunikasi kepada konsumen. Ketiga adalah kontrak langsung terhadap pelanggan. Kemudian saluran distribusi memiliki mata rantai distribusi, dimulai dari produsen langsung menuju konsumen, produsen menuju pengecer dan diteruskan ke konsumen, atau produsen menuju pedagang besar dan diteruskan ke pengecer menuju konsumen.

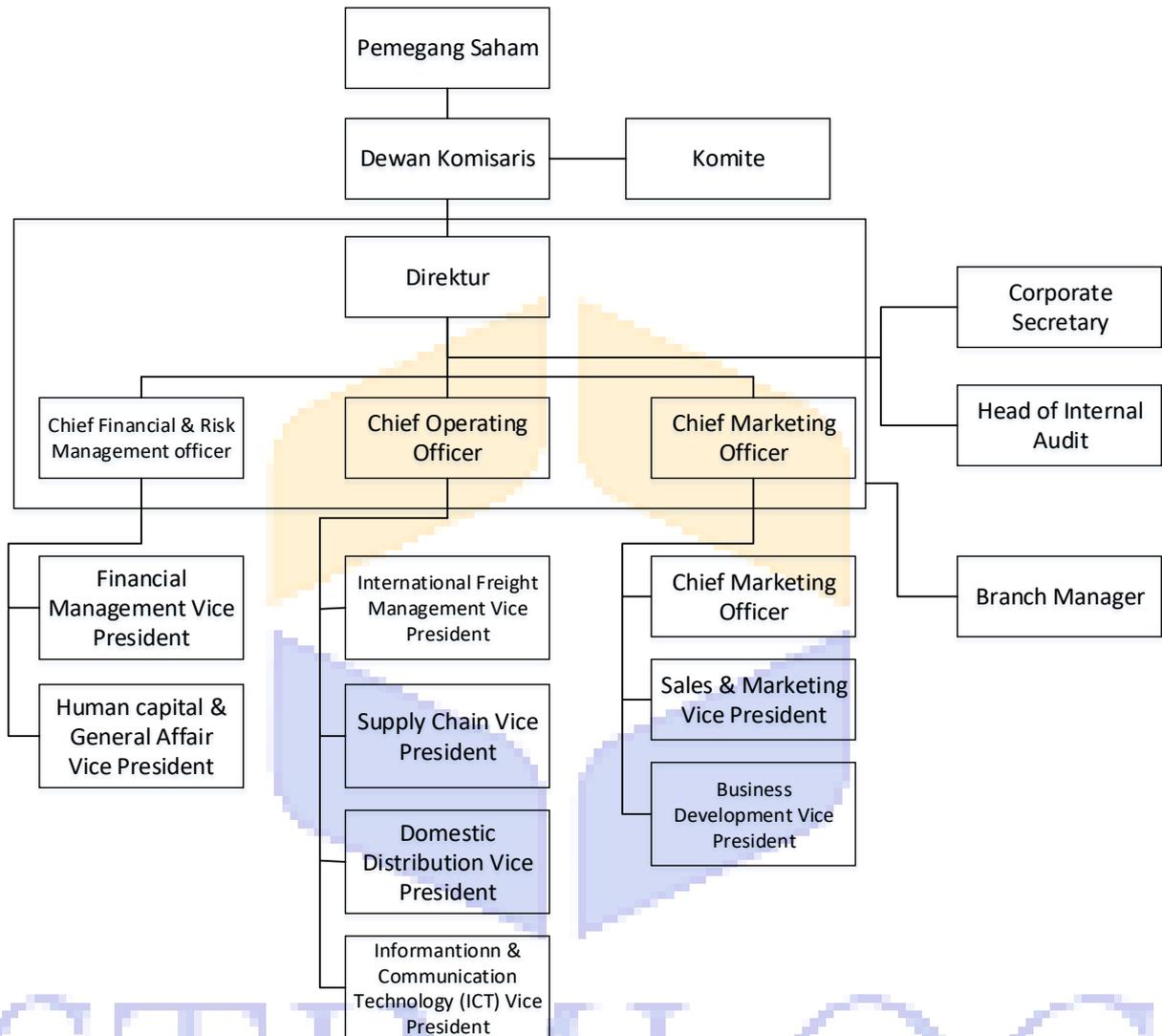
PT. Pos Logistik Indonesia berusaha tetap menyediakan layanan transportasi dengan standar yang sangat bermutu, hal ini dapat dibuktikan dengan kerjasama yang dilakukan antar pihak, berikut pihak yang masih bekerjasama dengan PT. Pos Logistik Indonesia Jakarta:

No	Nama Perusahaan
1.	PT. Unilever tbk
2.	PT. Semen Baturaja
3.	Chevron
4.	PT. Riau Andalan Pulp and Paper
5.	Citilink
6.	PT. Petrokimia Gresik
7.	PT. Wijaya Karya (Persero)
8.	Telkom Akses
9.	PT. Pupuk Iskandar Muda
10.	PT. Pertamina

*Table 1.1 Rekan Kerja Sama Pos Logistik*

STIMMLOG

## 1.4 Struktur Organisasi Perusahaan



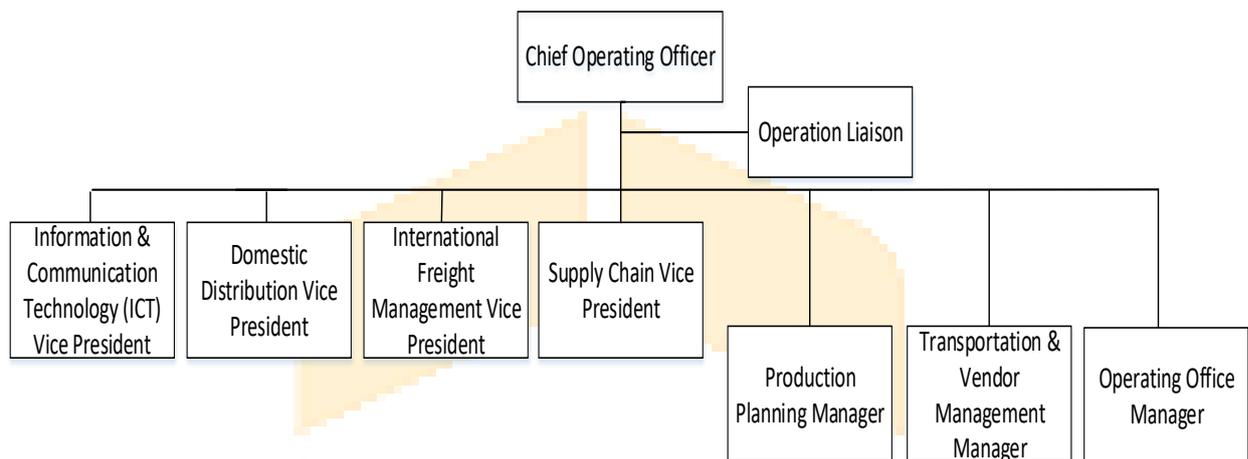
Gambar 1.3 Struktur Organisasi Pos Logistik

Proses pelayanan pada perusahaan PT. Pos Logistik Indonesia saat ini terbagi kedalam dua bagian yaitu bagian *Head Office*, *Branch Office* dan bagian unit operasional. Fungsi utama yang dimiliki oleh bagian *Head Office* ialah sebagai perencana bisnis, merancang strategi dan pengambilan keputusan untuk berjalannya bisnis dan kebijakan yang ada di dalamnya. Selain itu bagian *Head Office* berperan penting dalam mengawasi dan membimbing bagian operasional dalam melaksanakan fungsinya sebagai eksekutor dalam kegiatan pengiriman barang. Selanjutnya bagian unit bisnis dimana pada bagian ini terdapat pembagian divisi yaitu *Branch Office* (BO) dan *Bussines Unit* (BU). Fungsi dari dua divisi ini berperan sebagai pelaksana usaha PT. Pos Logistik Indonesia untuk memperoleh pendapatan dengan

mengandalkan keunggulan sumber daya manusia maupun sumber daya lainnya sesuai dengan amanat yang diberikan oleh bagian *Head office*.

- **Struktur Organisasi Operasional**

Berikut dilampirkan struktur organisasi pada bagian operasional PT. Pos Logistik (*Head Office*).



Gambar 1.4 Struktur Organisasi Operasional

### 1.5 Tugas dan wewenang

- **Dewan Komisaris**

Melakukan pengawasan kepada perusahaan mengenai jalannya sebuah perusahaan, kebijakan yang dimiliki perusahaan, dapat membentuk sebuah komite audit ataupun komite lainnya yang dirasa diperlukan untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas dan tanggung jawab.

- **Direktur Utama**

Menerapkan dan mengorganisir visi dan misi dari perusahaan dengan menyusun strategi bisnis dengan tepat serta Dalam memimpin perusahaan pimpinan memiliki kebijakan-kebijakan yang sudah ditetapkan perusahaan dengan jangka waktu yang panjang kemudian merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan.

- **Chief Financial Officer**

Melakukan pengawasan mengenai keuangan atau melacak arus kas yang berjalan di dalam perusahaan dengan melaksanakan fungsi kebendaharaan dalam mengatur

perencanaan keuangan perusahaan sebagai mana mestinya, kemudian melakukan forecasting dan analisis strategi ekonomi perusahaan.

- Chief Operating Officer

Bertugas menjalankan fungsi operasional perusahaan seperti memastikan perusahaan berjalan sebagaimana regulasi yang sudah ditetapkan, mengembangkan kualitas SDM milik perusahaan berdasarkan kebijakan untuk efektifitas pekerjaan.

- Chief Marketing Officer

Memiliki kemampuan untuk membaca dan mengolah data secara professional yang dapat diaplikasikan untuk membuat sasaran target kegiatan marketing dengan membuat perencanaan dan mengimplementasikan strategi marketing, mengawasi kegiatan marketing yang dilakukan oleh perusahaan.

- Operation Liaison

Bertugas sebagai penghubung antar bagian didalam perusahaan, di dalam Pos Logistik Ini Operation Liaison bertugas sebagai penghubung dan berkoordinasi antara Chief dengan bagian dibawahnya

- Vice President

Berwenang sebagai pemimpin dalam kegiatan didalam internal perusahaan, vice president merupakan pihak yang mengambil keputusan yang bersifat strategis, mengarahkan seluruh kegiatan yang ada di perusahaan atau bagiannya. Vice President bertanggungjawab kan seluruh arah perusahaan kepada pemilik perusahaan, menjaga hubungan baik kepada karyawan, hubungan kepada pihak berwajib atau aparat setempat, dan hubungan kepada masyarakat.

- QHSSE (*Quality, Health, Safety, Security, Environmental*)

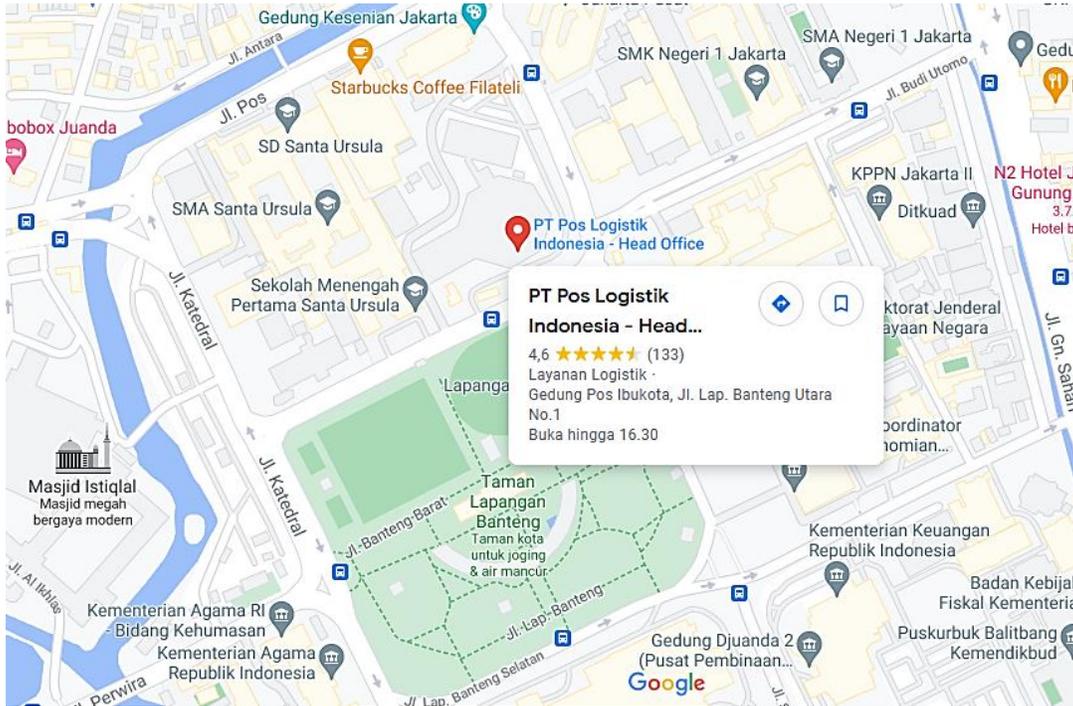
Memenuhi peraturan perundangan dan persyaratan mutu, keselamatan kesehatan kerja dan lingkungan baik dari pelanggan, pemerintah atau pihak terkait yang berlaku sesuai persyaratan produk, bahaya dan aspek lingkungan penting, Mencegah kecelakaan kerja, penyakit akibat kerja dan pencemaran lingkungan.

- Audit Internal

Melakukan uji dan evaluasi terhadap seluruh aktivitas internal di PT. Pos Logistik Indonesia mengenai efektifitas dan efisiensi kerja, keuangan beserta dokumen, tenaga kerja, operasional pelayanan logistik dan lainnya agar terhindar dari segala penyimpangan kerja.

## 1.6 Lokasi Perusahaan

PT. Pos Logistik Indonesia berlokasi di gedung yang bersamaan dengan PT. Pos Indonesia (Persero) yaitu di Gedung Pos Ibu Kota Lantai 4 Jalan Lapangan Banteng Utara No.1 Jakarta Pusat, DKI Jakarta, Indonesia.



Gambar 1.5 Lokasi Kantor Pos Logistik Indonesia

PT. Pos Logistik Indonesia berdiri di lokasi yang strategis yang mana ini memudahkan seluruh kegiatan dan koordinasi dengan baik antar *branch office* dan gudang yang ada di sekitarnya. Gudang terdekat milik PT. Pos Logistik Indonesia berada di kawasan Cakung Jakarta Utara dan Pos Logistik *Distribution Center* (PDC) terdekat berada di kawasan Tambun Bekasi. Sedangkan untuk *Branch Office* tersebar di Kota besar di seluruh Indonesia.