

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Profil Tempat KP

Kantor Pos Indonesia mempunyai jaringan yang sangat luas hingga 4.800 kantor pos online. Jumlah titik layanan (Point of Sales) mencapai 58.700 titik dalam bentuk kantor pos, agen pos, *Mobile Postal Service*, dan lain-lain. Pos Indonesia memiliki jaringan yang *dedicated*, sistem distribusi yang handal, *Track and Trace*, layanan yang prima, kecepatan, ketepatan, serta harga yang kompetitif.

Pos Indonesia juga menyediakan layanan *e-commerce*, serta layanan lainnya melalui aplikasi *myPos* dan *m-pospay*.

2.1.1. Sejarah Perusahaan

Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, kantor pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jenderal 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 kantor pos Batavia didirikan, maka empat tahun kemudian didirikan kantor pos 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).

Seiring berjalannya waktu, Pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam pengembangan bidang perposan Indonesia dengan memanfaatkan infrastruktur 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 lebih dari 3.800 Kantor pos online, serta dilengkapi electronic 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.

2.1.2. Visi

Visi merupakan perencanaan strategis yang penting dalam suatu perusahaan. Pos Indonesia berupaya untuk menjadi penyedia sarana komunikasi kelas Dunia, yang peduli terhadap lingkungan, dikelola oleh sumber daya manusia yang profesional, sehingga memberikan layanan terbaik bagi masyarakat serta tumbuh dan berkembang sesuai dengan bisnis yang sehat. Menjadikan perusahaan pos yang berkemampuan memberikan solusi terbaik dan menjadi pilihan utama stakeholder domestik maupun global dalam mewujudkan pengembangan bisnis dengan pola kemitraan, didukung oleh sumber daya manusia yang unggul dan menjunjung nilai tinggi.

Oleh karena itu, visi Pos Indonesia adalah sebagai berikut :

“Menjadi raksasa logistik pos dari Timur”.

2.1.3. Misi

Misi merupakan tindakan dalam mewujudkan visi organisasi. Dengan disusunnya misi, diharapkan seluruh pegawai dan pihak lain yang berkepentingan dapat mengenal organisasi, mengetahui peran dan program – programnya serta hasil yang akan diperoleh dimasa yang akan datang.

Adapun misi-misi dari Pos Indonesia, diantaranya :

1. Menyediakan sarana komunikasi yang andal dan terpercaya bagi masyarakat dan pemerintah guna menunjang pembangunan nasional serta memperkuat kesatuan dan keutuhan bangsa dan negara. Menjadi tempat berkarya yang menyenangkan;
2. Mengembangkan usaha yang bertumpu pada peningkatan mutu pelayanan melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi tepat guna untuk mencapai kepuasan pelanggan serta memberikan nilai tambah yang optimal bagi karyawan, pemegang saham, masyarakat dan mitra kerja;
3. Memberikan solusi terbaik bagi bisnis, pemerintah, dan individu melalui penyediaan sistem bisnis dan layanan komunikasi tulis, logistik, transaksi keuangan, dan filateli berbasis jejaring terintegrasi, terpercaya dan kompetitif dipasar domestik dan global.

2.1.4. Logo Instansi

Logo merupakan suatu gambar atau sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili arti dari suatu perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga dan hal lainnya yang membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama yang sebenarnya. [3]

Pos Indonesia memiliki Logo Instansi pada Gambar 2.1 :



Gambar 2.1 Logo Pos Indonesia

Di dalam logo Pos Indonesia, terdapat 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.

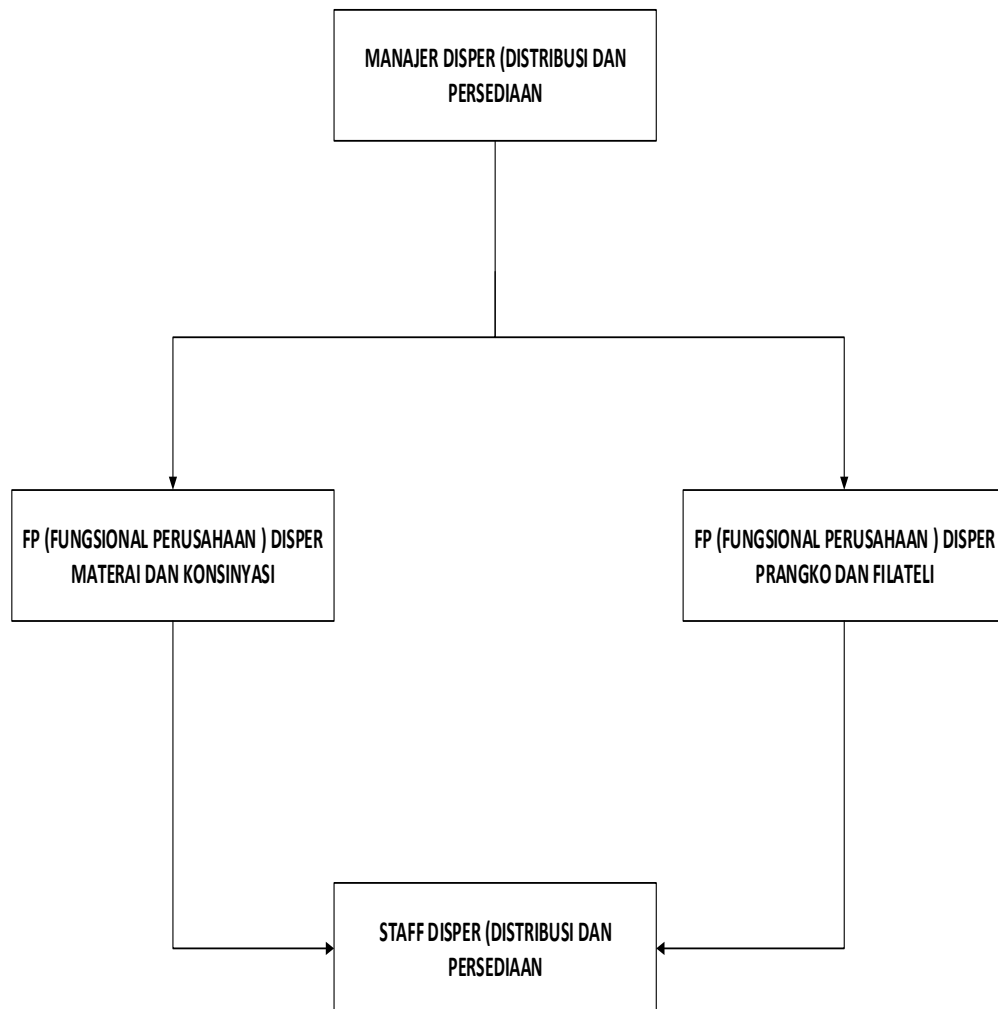
Warna dasar jingga yang terdapat di gambar merpati dan bola dunia menunjukkan bahwa Pos Indonesia itu penting (warna jingga memiliki arti penting serta perlu diperhatikan, seperti yang terdapat di pembatas-pembatas jalan, pakaian pendaki gunung, seragam para penerbang, dan lain sebagainya).

Tulisan ‘POS INDONESIA’ dengan tipografi bold 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.

2.1.5. Struktur Organisasi

Organisasi adalah tempat atau wadah orang berkumpul saling bekerjasama untuk mencapai tujuan dan manfaat Bersama. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa struktur organisasi pada suatu organisasi merupakan kerangka dasar yang menggambarkan alur hubungan antara bagian yang satu dengan yang lainnya, sehingga suatu bagian dalam organisasi tersebut menjadi jelas kedudukan, jabatan, wewenang, dan juga tanggung jawabnya.

Struktur organisasi Divisi Distribusi dan Persediaan PT. Pos Indonesia dapat digambarkan seperti pada Gambar 2.2 :



Gambar 2.2 Struktur Organisasi

2.1.6. Deskripsi Kerja

Penjelasan mengenai tugas dari masing-masing bidang dapat digambarkan sebagai berikut :

1. **Manajer Disper (Distribusi dan Persediaan)**
 Bertanggung jawab atas pengelolaan persediaan, pergudangan, dan distribusi prangko, bendapos, benda filateli, benda konsinyasi untuk memenuhi kebutuhan Kantorpos sehingga tercapai dukungan bisnis yang optimal, berikut aktivitasnya.
2. **FP (Fungsional Perusahaan) Distribusi dan Persediaan Prangko dan Filateli**
 Bertanggung jawab atas pembuatan alokasi distribusi prangko dan filateli, penanganan permintaan prangko, administrasi, kiriman retur, pengecekan

email, order, laporan web konsfida dan tanggapannya, pembuatan konsep surat dan laporan.

3. FP (Fungsional Perusahaan) Distribusi dan Persediaan Materai dan Konsinyasi

Bertanggung jawab atas pembuatan alokasi distribusi prangko dan filateli, penanganan permintaan prangko, administrasi, kiriman retur, pengecekan email, order, laporan web konsfida dan tanggapannya, pembuatan konsep surat dan laporan.

4. Staff Disper (Distribusi dan Persediaan)

Bertanggung jawab atas :

- 1) Mempersiapkan pekerjaan;
- 2) Melakukan tutpan kiriman BPM, seperti :
 - a. Mengambil benda materai;
 - b. Memasukkan ke kantong pos;
 - c. Mengikat kantong pos;
 - d. Memplombir kantong pos.
- 3) Menaikkan kiriman BPM ke mobil untuk ke MPC BD;
- 4) Menerima kantong/sampul pengembalian prangko dan filateli dari UPT;
- 5) Melakukan pencatatan penerimaan G-14 pengembalian prangko dan filateli;
- 6) Mencocokkan barang dengan catatan dalam G-14 pengembalian;
- 7) Menyimpan barang pengembalian prangko dan filateli pada rak penyimpanan yang diberi ciri khusus untuk memudahkan pengadministrasian gudang besar;
- 8) Mengembalikan dasar G-14 yang sudah ditandatangani ke UPT tujuan;
- 9) Bongkar atau muat kiriman BPM dari filateli;
- 10) Melakukan stok opname Filateli; dan
- 11) Merapihkan tempat kerja.

2.1.7. Bidang Usaha Perusahaan

Adapun bidang-bidang yang ada dalam usaha Pos Indonesia, diantaranya :

1. Filateli dan konsinyasi (prangko dan meterai)
2. AdmailPos
3. Express Mail Service (EMS) dan RLN internasional
4. Pos Ekspor
5. Paket Pos (Biasa, Kilat, Kilat Khusus, Ekspres, Jumbo)
6. Surat Pos (Biasa, Kilat, Kilat Khusus, Ekspres)
7. Logistik
8. Kargo
9. Bank Channeling
10. Fund Distribution (Western Union dan PosPay)
11. Giro Pos
12. Wesel Pos
13. Gallery Pos
14. PostShop
15. Pos Niaga (ditiadakan)
16. Agen Pos

2.2. Landasan Teori

Subbab ini berisikan teori-teori pendukung yang digunakan dalam proses analisis dan implementasi pada permasalahan yang ada di Kantor Pos Gudang Pusat Distribusi dan Persediaan.

2.2.1.1. Konsep Sistem Informasi

2.2.1.2. Pengertian Sistem

Sistem adalah suatu jaringan kerja dari dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan atau untuk menyelesaikan suatu sasaran yang tertentu. [2]

2.2.1.3. Karakteristik Sistem

Suatu sistem mempunyai karakteristik atau sifat tertentu, yaitu mempunyai:

- a. **Komponen (*Components*)**
Komponen terdiri dari sejumlah komponen yang saling berinteraksi dan bekerja sama membentuk satu kesatuan.
- b. **Batas Sistem (*Boundary*)**
Batas sistem merupakan daerah yang membatasi antara sistem dengan sistem lain atau dengan lingkungan luarnya.
- c. **Lingkungan Luar Sistem (*Environtments*)**
Lingkungan luar sistem adalah apapun diluar batas dari sistem yang mempengaruhi operasi sistem.
- d. **Penghubung Sistem (*Interface*)**
Penghubung sistem merupakan media penghubung antara subsistem, yang memungkinkan sumber-sumber daya mengalir dari satu subsistem ke subsistem lainnya.
- e. **Masukan Sistem (*Input*)**
Masukan sistem adalah energi yang dimasukkan kedalam sistem, yang dapat berupa masukan perawatan(Maintenance input) dan masukan signal (signal input).
- f. **Keluaran Sistem (*Output*)**
Keluaran sistem adalah hasil dari energi yang diolah dan diklasifikasikan menjadi keluaran yang berguna dan sisa pembuangan.
- g. **Pengolahan Sistem (*Process*)**
Suatu sistem dapat mempunyai suatu bagian pengolah yang akan merubah masukan menjadi keluaran.
- h. **Sasaran atau Tujuan Sistem**
Suatu system mempunyai tujuan atau sasaran, kalau sistem tidak mempunyai sasaran maka sistem tidak akan ada. Suatu sistem dikatakan berhasil apabila mengenal sasaran atau tujuannya karena sasaran sangat berpengaruh pada masukan dan keluaran sistem yang dihasilkan.

2.2.1.4. Pengertian Informasi

Secara singkat informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang berarti bagi penerimanya dan berguna untuk pengambilan keputusan saat ini atau di masa mendatang. Akan tetapi secara lengkap informasi bisa disebut sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penirimnya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan. [2]

Dari kedua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Informasi adalah data yang sudah diproses atau diolah sehingga mempunyai nilai bagi penerimanya dan dapat digunakan untuk dasar pengambilan keputusan yang disampaikan melalui media kertas (hardcopy), tampilan (display) atau suara (audio).

2.2.1.5. Pengertian Sistem Informasi

Sistem informasi adalah kumpulan informasi di dalam sebuah basis data menggunakan model dan media teknologi informasi digunakan di dalam pengambilan keputusan bisnis sebuah organisasi. [3] Di dalam suatu organisasi, informasi merupakan sesuatu yang penting di dalam mendukung proses pengambilan keputusan oleh pihak manajemen. Sistem ini memanfaatkan perangkat keras dan perangkat lunak komputer, prosedur manual, model manajemen dan basis data. Sistem informasi memiliki komponen berupa subsistem yang merupakan elemen-elemen yang lebih kecil yang membentuk sistem informasi tersebut misalnya bagian input, proses, output. Dimana input itu sendiri adalah sekumpulan data yang akan kita olah menjadi sebuah informasi yang nantinya akan kita sajikan bagi masyarakat, sedangkan proses adalah suatu kegiatan dimana kita mengolah seluruh data yang ada untuk menghasilkan suatu informasi dan Output adalah sekumpulan informasi yang dapat dengan mudah diperoleh, dimengerti dan dimanfaatkan oleh masyarakat. Tanpa ketiga itu sistem informasi tidak dapat berjalan dengan baik.

2.2.2. Pengertian Analisis

Analisis merupakan sekumpulan aktivitas merangkum sejumlah besar data dari data mentah menjadi informasi yang dapat diinterpretasikan. Semua bentuk analisis berusaha menggambarkan beberapa pola secara konsisten dalam data sehingga hasilnya dapat dipelajari secara singkat dan penuh arti.

2.2.3. Pengertian Pembangunan

Pembangunan merupakan serangkaian proses yang dilakukan untuk menghasilkan suatu produk atau karya dari tahap awal hingga ke tahap akhir untuk memenuhi tujuan yang diinginkan.

2.2.4. Pengertian Aplikasi

Aplikasi merupakan program siap pakai yang berisi perintah-perintah dari pengguna aplikasi untuk menjalankan suatu pekerjaan sehingga mendapatkan hasil yang lebih akurat sesuai dengan tujuan pengguna.

2.2.5. Pengertian *Inventory*

Inventory meliputi semua barang yang dimiliki perusahaan pada saat tertentu, dengan tujuan untuk dijual kembali atau dikonsumsi dalam siklus operasi normal perusahaan sebagai barang yang dimiliki untuk dijual atau diasumsikan untuk dimasa yang akan datang.

2.2.6. Pengertian Gudang

Gudang dalam arti statis (gudang persediaan) adalah tempat atau bangunan tertutup didalamnya terdapat barang – barang serta tidak seorang pun yang boleh masuk kecuali pegawai yg disertai tugas. Untuk pengawasan terhadap barang–barang dalam gudang ditunjuk Bendaharawan Materiil.

Gudang dalam arti dinamis (gudang penyaluran) : Tempat atau bangunan untuk menyimpan dan mendistribusikan barang – barang baik dari hasil pembelian maupun hasil pembuatan sendiri. Jadi, gudang dapat diartikan sebagai tempat menampung, menyimpan dan mendistribusikan barang – barang serta ada unsur manusia (orang) untuk mengatur (mengelola) barang – barang yang ada di dalamnya. [4]

2.2.7. Pengertian Divisi

Divisi adalah satuan unit dari suatu organisasi. Divisi dalam suatu organisasi tertentu adalah sub bagian dari suatu bidang. Dalam perusahaan, divisi merupakan bagian-bagian di dalam perusahaan yang memiliki fungsi dan kewenangan tertentu juga menangani satu bidang tertentu. Divisi di dalam perusahaan dipimpin oleh divisi bagian (manager) yang bertugas untuk menjalankan dan mengawasi terhadap pekerjaan divisi yang dipimpinnya.

2.2.8. Konsep Umum Distribusi

Distribusi dalam pemasaran pada hakikatnya merupakan masalah logistik. Suatu pasukan tentara tidak mungkin dapat menempatkan suatu batalyon dalam posisi siap tempur dengan meriam akan tetapi tanpa mesiu, atau truk tanpa bensin. Begitupula halnya dengan suatu perusahaan swasta, ia akan berada dalam posisi lemah jika ia menerima pesanan akan tetapi tidak mungkin mempunyai barangnya untuk dikirimkan, atau jika gudangnya di Jakarta penuh barang akan tetapi pelanggan-pelanggan yang membutuhkannya berada di Irian Jaya. Contoh-contoh ini menunjukkan pentingnya lokasi dalam pemasaran, khususnya mengenai barang-barang dagangan. Susunan jenis-jenis barang yang tepat harus berada di tempat tepat pada saat yang tepat untuk dapat memaksimalkan kesempatan penjualan yang menguntungkan.

2.2.8.1. Pengertian Distribusi

Distribusi adalah arus fisik barang-barang, prosedur peringkasan rincian yang tercantum dalam media (faktur penjualan misalnya) dan pengumpulan total ringkasan tersebut untuk keperluan pembuatan laporan.

2.2.8.2. Saluran Distribusi

Saluran distribusi mencakup pihak-pihak yang berpartisipasi dalam menyampaikan. Ada tiga partisipan dalam distribusi, yaitu penyedia, perantara (*intermediary*), dan konsumen.

2.2.8.3. Tugas Distribusi

Ada tugas-tugas dari distribusi, meliputi menangani barang, mengendalikan perseidaan, memproses pesanan, dan pengangkutan barang.

2.2.8.4. Strategi Distribusi

Penggunaan startegis logistik memungkinkan perusahaan memperkuat posisinya dalam pasar dengan cara memberikan lebih banyak kepuasan pelanggan dan dengan merendahkan biaya usaha. Manajemen distribusi fisik juga dapat mempengaruhi pembauran pemasaran (marketing mix), khususnya perencanaan produk, penetapan harga dan saluran-saluran distribusi.

Strategi-strategi distribusi diataranya :

- a. Meningkatkan pelayanan pelanggan.
- b. Merendahkan biaya distribusi.
- c. Menimbulkan pertambahan volume penjualan.
- d. Penyesuaian pada perbedaan produksi dan konsumsi: menciptakan faedah waktu dan tempat.
- e. Menstabilkan harga-harga.
- f. Mememngaruhi pilihan saluran dan lokasi pedagang perantara.
- g. Menjamin biaya yang terendah dengan menejemen lalu lintas (*traffic management*).

2.2.9. Konsep Umum Persediaan

Persediaan merupakan sistem akuntansi persediaan bertujuan untuk mencatat mutasi setiap jenis persediaan yang disimpan di gudang. Dalam persediaan manufkatur, persediaan terdiri dari: persediaan produk jadi, persediaan produk dalam proses persediaan bahan baku, persediaan bahan habis pakai, persediaan suku cadang. Dalam perusahaan dagang, persediaan hanya terdiri satu golongan, yaitu persediaan barang dagangan, yang merupakan barang dibeli untuk dijual kembali. Transaksi yang mengubah persediaan produk jadi, persediaan bahan baku, persediaan bahan penolong, persediaan bahan habis pakai pabrik, dan persediaan suku cadang, bersangkutan dengan transaksi intern perusahaan (penjualan dan pembelian), sedangkan transaksi yang mengubah persediaan produk dalam proses seluruhnya berupa transaksi intern perusahaan.

Sistem akuntansi persediaan bertujuan untuk mencatat mutasi tiap jenis persediaan yang disimpan di gudang. Ada dua macam metode pencatatan persediaan: metode mutasi persediaan (perpetual inventory method) dan metode

persediaan fisik (physical inventory method). Dalam metode mutasi persediaan, setiap mutasi persediaan dicatat dalam kartu persediaan. Dalam metode persediaan fisik, hanya tambahan persediaan dari pembelian saja yang dicatat, sedangkan mutasi berkurangnya persediaan karena pemakaian tidak dicatat dalam kartu persediaan.

2.2.9.1. Pengertian Persediaan

Persediaan adalah aset, tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha biasa, dalam proses produksi untuk penjualan atau bentuk bahan atau perlengkapan untuk digunakan dalam proses produksi atau pemberian jasa.

2.2.9.2. Jenis-Jenis Persediaan

Terdapat beberapa jenis persediaan, di antaranya :

1. Persediaan barang jadi, barang-barang yang sudah selesai diproses menjadi barang dagang yang siap dijual kepada konsumen.
2. Persediaan barang dalam proses, bahan baku yang sudah dimulai diolah dengan dengan kedalam proses produksi akan tetapi bahan baku ini belum selesai dikerjakan.
3. Persediaan bahan baku, bahan baku yang akan digunakan untuk membuat barang jadi.
4. Persediaan bahan penolong, barang atau bahan yang juga menjadi bagian dari proses produksi yang nilainya kecil.

2.2.9.3. Sifat Persediaan

Persediaan mempunyai sifat-sifat seperti :

- a. Aktiva lancar, karena masa perputarannya biasanya kurang sama atau sama dengan satu tahun.
- b. Merupakan jumlah yang besar, terutama dalam Perusahaan dagang dan industry.

Mempunyai pengaruh yang besar, terutama dalam menentukan persediaan pada akhir periode akan mengakibatkan kesalahan dalam jumlah aktiva lancar dan total aktiva, harga pokok penjualan, laba kotor dan laba rugi ditahan, kesalahan tersebut akan terbawa ke laporan keuangan periode berikutnya