# TINJAUAN PUSTAKA

## 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. Kantor pos merupakan tempat strategis untuk transaksi penjualan dan atau distribusi barang dan jasa.

Pos Indonesia melakukan suatu inovasi, yaitu pembangunan *Postshop* yang merupakan pengembangan bisnis ritel yang diimplementasikan untuk merubah *image* kantor pos konvensional menjadi kantor pos modern dengan pola layanan *one stop shopping*, yaitu *Postal Services* (jasa ritel) berupa layanan pengiriman surat, paket, jasa keuangan, penjualan *Postal items* (meterai, prangko, produk filateli dan lain-lain), layanan Online Shopping.

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

### 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 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 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.

### Visi

“Menjadi raksasa logistik pos dari Timur”.

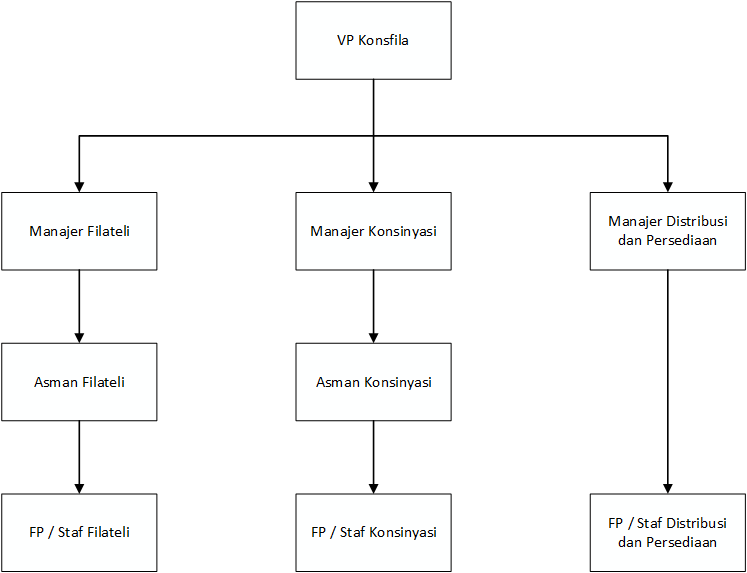
### Misi

Beberapa misi dari Pos Indonesia, diantaranya :

1. Menjadi aset yang berguna bagi bangsa dan negara.
2. Menjadi tempat berkarya yang menyenangkan.
3. Menjadi pilihan terbaik bagi para pelanggan.
4. Senantiasa berjuang untuk memberi yang lebih baik bagi bangsa, negara, pelanggan, karyawan, masyarakat serta pemegang saham

### 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.



**Gambar 2.1 Struktur Organisasi**

### Deskripsi Kerja

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

1. VP Konsfila
2. Manajer Filateli
3. Asman Filateli
4. FP/Staff Filateli
5. Manajer Konsinyasi
6. Asman Konsinyasi
7. FP/Staff Konsinyasi
8. Mnanajer Distribusi dan Persediaan
9. FP/Staff Distribusi dan Persediaan

### 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

## Landasan Teori

### Konsep Dasar Sistem

#### Pengertian Sistem

#### Karakteristik Sistem

### Konsep Dasar Informasi

#### Pengertian Data

#### Pengertian Informasi

### Konsep Dasar Sistem Informasi

#### Pengertian Sistem Informasi