



**UPAYA MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN POS
INTERNASIONAL DI PT. POS INDONESIA (Persero) KANTOR POS
CABANG JEMBER**

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Ahli Madya (A.Md) Program Diploma III Bahasa Inggris
Fakultas Sastra Universitas Jember

| | |
|--------------------------|--------------------------|
| Media Pembelian | Kelas 383 NOV U |
| Terima tgl : 07 FEB 2007 | |
| No. induk : | |
| Oleh : Pengkatalog : | |

EVIE NOVIANDARI
NIM 020103101047

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III BAHASA INGGRIS
FAKULTAS SASTRA
UNIVERSITAS JEMBER
2005**

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Praktek Kerja nyata ini, telah disahkan oleh :


Pembimbing Lapangan Praktek Kerja Nyata


Diana Mustokoweni
Nippos. 970 336 512

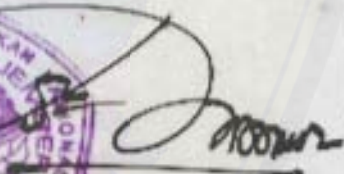
Dosen Pembimbing Praktek Kerja Nyata


Drs. Wisanobeko, M.A.
NIP. 131 798 138

Ketua Program Diploma III Bahasa Inggris


Drs. H. M. Busairi
NIP. 130 261 682

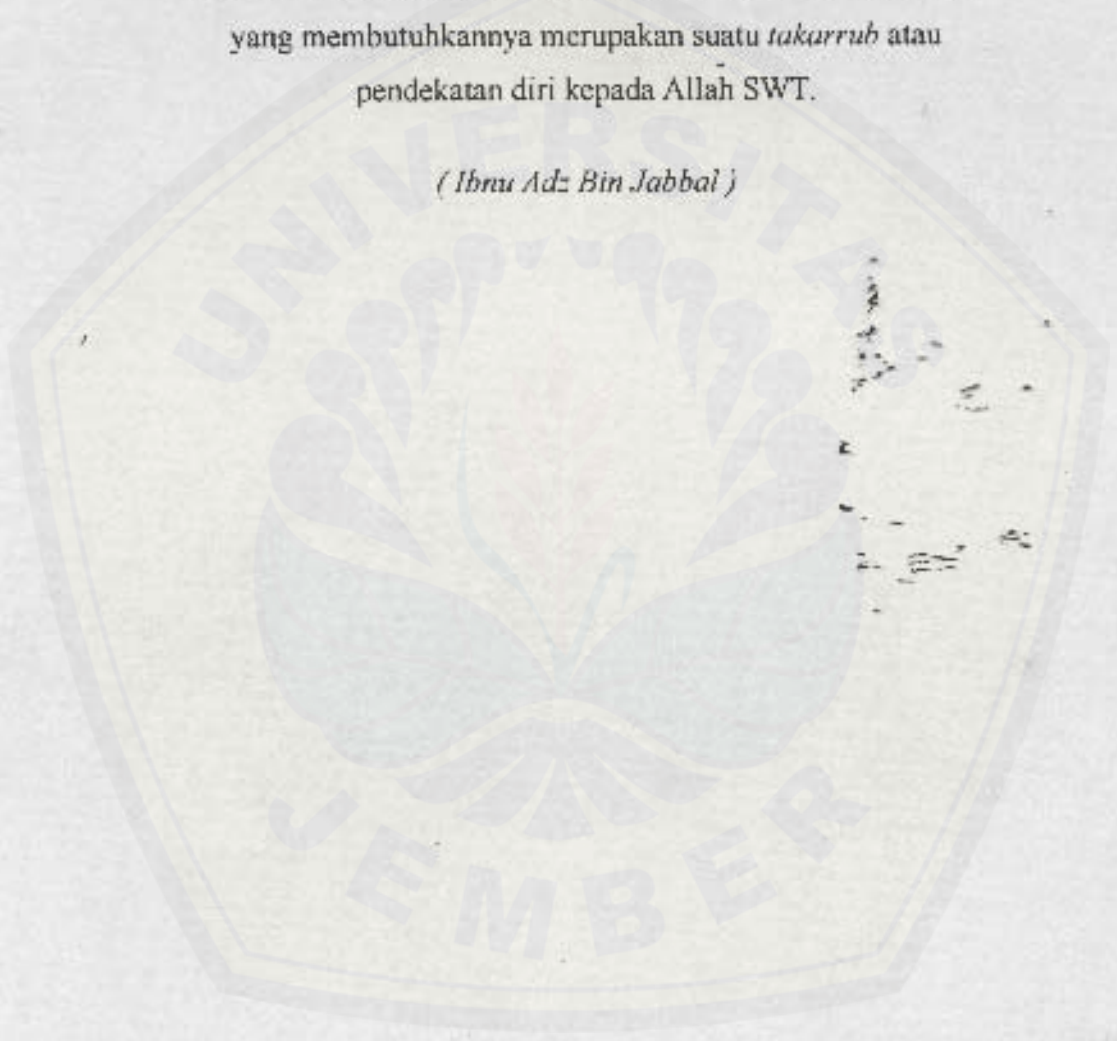
Dekan Fakultas Sastra Universitas Jember


DR. Samudji, M.A.
NIP. 130 531 973

MOTTO

Pelajarilah ilmu karena belajar itu bagi Allah SWT merupakan suatu kebaikan, menuntut ilmu itu seperti beribadah, mengungkapkannya seperti bertasbih, menyelidikinya seperti berjihad, mengajarkannya seperti bersedekah, memikirkannya seperti berpuasa dan menggunakan ilmu bagi yang membutuhkannya merupakan suatu *takarrub* atau pendekatan diri kepada Allah SWT.

(*Ibnu Adz Bin Jabbal*)



PERSEMBAHAN

Laporan ini kupersembahkan untuk harapan, cita-cita dan kehidupan di masa depan yang lebih baik, bersama hasrat yang ingin kumiliki di masa lalu, sekarang dan hari esok.



ABSTRAKSI

Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi di era globalisasi ini membawa dampak semakin ketatnya persaingan kerja. Dunia kerja menuntut sumber daya manusia yang berkualitas dan dapat diandalkan, sehingga mampu memberikan peran dalam perkembangan zaman. PKN atau Praktek Kerja Nyata yang wajib diikuti oleh mahasiswa DIII merupakan salah satu program yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan sebagai proses aktualisasi teoritis-praktis yang didapat pada masa perkuliahan. Setelah melaksanakan PKN, mahasiswa juga diwajibkan untuk menulis laporan PKN. Selain sebagai syarat kelulusan, penulisan laporan PKN juga berguna agar segala hal yang didapat selama PKN bias menjadi bahan kajian bagi perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, penulis telah melaksanakan PKN selama 1 bulan di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember. Perkembangan teknologi saat ini menuntut terjadinya terobosan baru dalam jasa pelayanan terhadap masyarakat. Kesulitan serta hambatan bias ditanggulangi dengan penanganan yang cukup handal, yang didukung oleh peralatan yang mendukung dalam membuat terobosan tersebut. Masalah terobosan sangatlah rumit karena disitu kita dituntut untuk membentuk, membangun dan mengembangkannya sehingga masyarakat menjadi puas.

Maka dari itu penulis mengangkat "Upaya Meningkatkan Mutu Pelayanan Pos Internasional di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember" sebagai judul dari laporan ini. Penulis berharap laporan ini bermanfaat bagi masyarakat.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmannirrohim

Puji Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan petunjuk, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan yang berjudul "Upaya Meningkatkan Mutu Pelayanan Pos Internasional di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember" sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar Ahli Madya di Fakultas Sastra Universitas Jember.

Sumber data penyusunan laporan diperoleh dari hasil pelaksanaan Praktek Kerja Nyata di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember, selain itu dibantu dengan literatur yang ada. Penulis menyadari bahwa selama penyusunan hingga terselesainya laporan ini, banyak mendapat bantuan moral maupun materiil serta bimbingan dan saran-saran yang tak terhingga nilainya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Samudji, M.A. selaku Dekan Fakultas Sastra Universitas Jember.
2. Bapak Drs. H. M. Busjairi selaku Ketua Program Diploma III Bahasa Inggris Universitas Jember.
3. Bapak Drs. Wisasongko, M.A. selaku Dosen Wali dan Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama penyusunan laporan ini.
4. Bapak Mochamad Zaenuri, selaku Manajer Sumber Daya Manusia di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember.
5. Seluruh staf dan karyawan PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember.
6. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang selalu membawaku dalam do'a dan keikhlasannya untuk rela berkorban segalanya demi kesuksesanku.
7. Kakak-kakakku Yusuf Wibisono, S.H. dan Dwi Soekarno, S. T. yang selalu memberiku kasih sayang dalam setiap kebersamaan.

8. Sahabat-sahabatku di kost Jawa IV No. 2 C dan di kost Jawa VIII No. 8 terima kasih atas segala dukungannya.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih telah membantu penulisan laporan ini.

Menyadari akan keterbatasan pengertian dan kemampuan, tentunya masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penulisan laporan ini. Maka untuk itu, kritik dan saran yang membangun selalu penulis harapkan demi kesempurnaan langkah selanjutnya.

Besar harapan penulis semoga laporan ini bermanfaat bagi kita semua.
Amin Ya Robbal Alamin.

Jember, Oktober 2005

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN MOTTO | iii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | iv |
| HALAMAN ABSTRAKSI | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 2 |
| 1.3 Tujuan dan Maksud PKN | 3 |
| 1.3.1 Tujuan PKN | 3 |
| 1.3.2 Manfaat PKN | 3 |
| 1.4 Objek dan Jangka Waktu Pelaksanaan PKN | 4 |
| 1.4.1 Objek Pelaksanaan PKN | 4 |
| 1.4.2 Jangka Waktu Pelaksanaan PKN | 4 |
| 1.5 Prosedur Persiapan PKN | 4 |
| 1.6 Metode Pengumpulan Data | 5 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Definisi Pelayanan Jasa, Karakteristik Jasa dan Saluran Jasa | 6 |
| 2.1.1 Definisi Pelayanan Jasa | 6 |
| 2.1.2 Karakteristik Jasa | 6 |
| 2.1.3 Saluran Jasa | 8 |
| 2.2 Pelatihan dan Pengembangan SDM | 8 |
| 2.2.1 Pengertian Pelatihan SDM | 8 |

| | |
|--|----|
| 2.2.2 Manfaat Pelatihan dan Pengembangan SDM | 9 |
| 2.2.3 Tanggung Jawab Pelatihan dan Pengembangan SDM..... | 10 |
| 2.2.4 Tahap Proses Pelatihan dan Pengembangan SDM | 11 |
| 2.3 Tipe-tipe Konsumen Menurut Ernest Kretschmer | 11 |
| 2.4 Metode-metode Penelitian Perilaku Konsumen | 13 |
| 2.4.1 Pengertian Metode Teknik dan Penelitian Konsumen | 14 |
| 2.4.2 Pendekatan Penelitian Konsumen | 15 |
| 2.5 Strategi Untuk Meningkatkan Pelayanan | 15 |
| 2.5.1 Strategi Internal | 15 |
| 2.5.2 Strategi Eksternal | 16 |
| 2.6 Penggunaan Bahasa Inggris dalam Meningkatkan Pelayanan | 16 |
| 2.7 Pelayanan yang diterapkan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember | 17 |
| BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN | |
| 3.1 Sejarah Berdirinya PT Pos Indonesia (Persero) | 20 |
| 3.2 Visi, Misi dan Nilai-nilai Utama Budaya PT Pos Indonesia (Persero)..... | 23 |
| 3.2.1 Visi PT Pos Indonesia (Persero) | 23 |
| 3.2.2 Misi PT Pos Indonesia (Persero) | 23 |
| 3.2.3 Nilai-nilai Utama Budaya PT Pos Indonesia (Persero)..... | 24 |
| 3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember | 24 |
| 3.3.1 Struktur Organisasi PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember | 24 |
| 3.3.2 Pembagian Tugas PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember | 25 |
| 3.4 Kegiatan Pokok PT Pos Indonesia (Persero) dan PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember | 30 |
| 3.4.1 Kegiatan PT Pos Indonesia (Persero) | 30 |

| | |
|---|----|
| 3.1.1 Kegiatan Pokok PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember | 31 |
| 3.2 Lokasi Perusahaan PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember | 31 |
| 3.3 Cabang-cabang PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember | 32 |
| BAB IV KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA | |
| 4.1 Uraian Kegiatan PKN | 34 |
| 4.2 Macam-macam Pelayanan Pos Internasional di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember | 35 |
| 4.3 Proses Pengiriman Pos Internasional di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember | 38 |
| 4.4 Aturan Pengiriman Pos Internasional di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember | 42 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan | 43 |
| 5.2 Saran | 44 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |



1.1 Latar belakang

Kemajuan teknologi dan informasi saat ini sangat pesat, serta menuntut peningkatan mutu pelayanan terhadap masyarakat. Pengaruh kemajuan teknologi dan informasi dapat merubah sesuatu yang awalnya sulit atau tidak mungkin untuk dilakukan, menjadi sesuatu yang dapat diwujudkan dengan penanganan yang cepat dan tepat. Kemudahan jasa pelayanan semakin membuat masyarakat mempunyai banyak pilihan sehingga, kemampuan sumber daya manusia yang baik menjadi hal yang penting untuk dimiliki. Dengan kemampuan tersebut maka konsumen tentunya puas dengan pelayanan yang diberikan.

Dalam hal ini PT. Pos Indonesia berkomitmen meningkatkan mutu pelayanannya dikarenakan, dewasa ini pengiriman pos internasional yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia dengan luar negeri semakin berkembang. Untuk itu maka, PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember meningkatkan dan menyediakan pelayanan pengiriman pos internasional untuk memudahkan masyarakat Indonesia dalam menjalin hubungan dengan luar negeri. PT Pos Indonesia Kantor Pos Cabang Jember telah menjembatani berbagai jasa pelayanan baik pengiriman atau penerimaan dari luar negeri maupun dalam negeri dengan berbagai media yang sangat mendukung.

Penyelenggaraan mutu pelayanan pengiriman pos internasional di PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Jember, disesuaikan dengan kemauan konsumen dengan tidak melanggar aturan-aturan yang sudah ditetapkan oleh PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Jember. Semakin banyaknya jasa pelayanan yang masyarakat bisa pilih bergantung dari kemauan dan keinginan yang disesuaikan dengan kemampuan mereka. Di sisi lain perusahaan yang tidak memiliki jajaran produk yang mapan akan dijauhi konsumen dan pada akhirnya, perusahaan akan kehilangan mereka. Pendek kata, untuk bisa tetap bertahan maka perusahaan dituntut untuk lebih profesional, efisien dan kompetitif serta beroperasi dengan

cara-cara modern.

Menanggapi bisnis perposan yang makin meningkatkan keutuhan konsumen, PT Pos Indonesia (Persero) melakukan langkah-langkah perubahan yang tentunya diselaraskan dengan kebutuhan bisnis pos dimasa mendatang dan dikemas oleh manajemen dengan rumusan yang disebut 6R, yaitu.

1. *Repositioning.*

Yaitu menegaskan kembali arah pencapaian visi dan misi perusahaan.

2. *Reengineering.*

Yaitu perubahan sistem maupun proses.

3. *Restructuring.*

Yaitu perubahan organisasi.

4. *Reinventing.*

Yaitu memusatkan perubahan pada proses bisnis.

5. *Rightsizing.*

Yaitu mengembangkan kompetensi sumber daya manusia.

6. *Resources Allocation.*

Yaitu integrasi dari kelima pilar perubahan dalam mendorong terwujudnya transformasi bisnis pos.

Rightsizing dalam bisnis ini sangat ditekankan karena merupakan kunci utama untuk meningkatkan mutu pelayanan pos internasional. Hal ini terbukti dengan diselenggarakannya layanan internasional EMS (Express Mail Service), berbagai sarana penunjang untuk menciptakan kualitas produk yang tinggi dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan asumsi-asumsi di atas maka, Penulis mengambil judul "Upaya Meningkatkan Mutu Pelayanan Pos Internasional di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember" sebagai laporan Praktek Kerja Nyata.

1.2 Rumusan Masalah

Meningkatkan peningkatkan mutu pelayanan sangat diperlukan dalam rangka *Rightsizing* PT Pos Indonesia (Persero), yang juga dipasarkan di Kantor Pos Cabang Jember maka permasalahan yang timbul selanjutnya adalah "Usaha-usaha

apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen”.

1.3 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata

1.3.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata

Tujuan secara umum pelaksanaan Praktek Kerja Nyata adalah sebagai salah satu persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Ahli Madya Program Diploma Tiga Bahasa Inggris, Fakultas Sastra Universitas Jember.

Adapun tujuan khusus adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengimplementasikan teori yang didapatkan di bangku kuliah dalam dunia kerja.
2. Untuk membiasakan mahasiswa bekerja mandiri di lapangan kerja.
3. Untuk bersosialisasi dan berorganisasi dalam lingkungan kerja yang sebenarnya.
4. Untuk menambah pengalaman dari perusahaan yang bersangkutan khususnya tentang dunia kerja.

1.3.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata

Dengan adanya Praktek Kerja Nyata ini mahasiswa memperoleh manfaat antara lain:

1. Mengangkat nama baik almamater universitas dan fakultas sehingga lebih dikenal masyarakat luas.
2. Meningkatkan dan memperluas serta memantapkan ketrampilan yang membentuk kemampuan yang nantinya sebagai bekal dalam memasuki dunia kerja.
3. Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai lingkup kerja PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember.
4. Mengenal lebih jauh realitas ilmu, khususnya ilmu yang berkaitan dengan pos.
5. Memberikan kemampuan dan wawasan berpikir yang luas dalam menghadapi segala masalah.
6. Memberi rasa percaya diri dan rasa tanggung jawab dalam menjalankan

tugas yang diberikan oleh perusahaan.

7. Menciptakan tenaga kerja alih dan profesional yang memiliki ketrampilan serta sumber daya manusia yang berkualitas dan siap pakai.
8. Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan untuk bahan dan pedoman dalam menyusun laporan.

1.4 Objek dan Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

1.4.1 Objek Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember yang beralamat di Jl. PB Sudirman No. 5 tepatnya sebelah utara Alun – Alun Kota Jember.

1.4.2. Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Penulis mengikuti Praktek Kerja Nyata pada tanggal 01 Juni 2005 sampai tanggal 30 Juni 2005. Jam kerja dimulai dari pukul 07.30 sampai pukul 13.00 dan sewaktu-waktu penulis bisa menambah jam kerja bila diperlukan.

1.5 Prosedur Persiapan Praktek Kerja Nyata.

Pelaksanaan memerlukan proses perencanaan untuk direalisasikan dan prosedur persiapan PKN tersebut melalui beberapa tahapan, antara lain :

1. Mencari tempat untuk dijadikan objek PKN
2. Menentukan pilihan tempat PKN
3. Mengisis formulir pendaftaran PKN
4. Menyerahkan proposal permohonan PKN di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Jember.
5. Mengirim surat pengantar pelaksanaan PKN di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember dari program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember.
6. Menerima surat jawaban atas permohonan untuk melaksanakan PKN di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember dan menyerahkannya kepada Ketua Program Diploma III Bahasa Inggris

Fakultas Sastra Universitas Jember.

7. Menerima secara umum penjelasan dari PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember
8. Melakukan observasi dibagian – bagian yang ada di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember
9. Penempatan pada bidang yang akan ditangani, sekaligus mengadakan perkenalan dengan para staf.
10. Melaksanakan PKN dan mempelajari tugas – tugas yang diberikan
11. Mengumpulkan data untuk bahan – bahan laporan
12. Menyusun laporan hasil PKN.

1.6 Metode Pengumpulan Data.

Untuk mendapatkan data yang lengkap sebagai sumber penulisan laporan PKN maka, penulis menggunakan beberapa metode. Adapun metode yang penulis gunakan adalah :

1. Observasi

Pengamatan secara langsung terhadap objek yang sedang diteliti yang membuat penulis mengerti secara teoritis dan prakteknya.

2. Interview.

Dalam metode ini, penulis mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pihak yang bersangkutan, guna memperoleh kejelasan data yang diperlukan untuk mengungkapkan latar belakang dan perkembangan yang ada disekitar masalah yang sedang diteliti.

3. Dokumentasi.

Untuk membuktikan dan menunjukan data yang diperoleh benar – benar konkrit maka pengumpulan dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian sangatlah diperlukan.



2.1 Definisi Pelayanan Jasa, Karakteristik Jasa dan Saluran Jasa

2.1.1 Definisi Pelayanan Jasa.

Definisi dalam pengetahuan menjadi dasar untuk mengkaji lebih jauh tentang ilmu yang didefinisikan. Menurut Ir. Endar Sugiarto, M.M (1999: 36) pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain, yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani ataupun yang dilayani. Kepuasan konsumen bergantung pada saat terjadinya interaksi pelayanan. Mutu pelayanan sangatlah penting sehingga dapat diartikan sebagai suatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan orang yang dilayani.

Pelayanan jasa harus memiliki kualitas yang bernilai tinggi dimana kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Philip Kotler (1993 : 229) jasa adalah berbagai tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak yang pada dasarnya tidak dapat dilihat dan tidak menghasilkan hak milik terhadap sesuatu. Produksinya bisa berkaitan dengan sebuah produk fisik ataupun tidak. Mutu atau kualitas dianggap apabila penyedia jasa atau pelayanan yang diberikan melebihi harapan pelanggan. Sehingga, pencapaian kepuasan pelanggan seimbang dengan kebutuhan dan keinginan serta apa yang diberikan.

2.1.2 Karakteristik Jasa.

Karakteristik jasa menurut Tjiptono (1999: 156) ada empat macam yaitu :

1. Intangibility

Jasa berbeda dengan barang, jika barang merupakan suatu objek, alat atau benda, maka jasa adalah merupakan suatu perbuatan, kinerja

(*performance*) atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, meskipun sebagian besar jasa dapat berkaitan dan didukung oleh produk fisik, misalnya mobil dalam jasa transportasi yang dibeli oleh pelanggan adalah pelayanan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain. Jasa bersifat *intangibel*, artinya tidak dapat dilihat, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli. Bila pelanggan membeli jasa maka ia hanya menggunakan, memanfaatkan atau menyewa jasa tersebut.

2. Inseparability

Barang biasanya diproduksi kemudian dijual lalu dikonsumsi sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa.

Keduanya dipengaruhi oleh hasil dari pengeluaran jasa tersebut. Dalam hubungan penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas individu yang menyampaikan jasa merupakan unsur penting. Dengan demikian, kunci keberhasilan bisnis jasa ada pada proses rekrutmen, pensasi pelatihan, dan pengembangan karyawannya. Faktor lain yang tak kalah penting adalah pemberian perhatian khusus pada tingkat partisipasi atau ketertarikan pelanggan dalam proses jasa.

3. Variability

Jasa sangat bersifat variabel, maksudnya jasa mempunyai variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa, yaitu kerja sama dan partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa, moral dan motivasi karyawan dalam melayani pelanggan dan bahan kerja perusahaan. Dalam pengendalian kualitas jasa dapat menggunakan tiga pendekatan, yaitu :

- a. Melakukan investasi dalam seleksi dan pelatihan personil yang baik.
- b. Melakukan standarisasi proses pelaksanaan jasa.
- c. Memantau kepuasan pelanggan melalui sistem, saran dan keluhan, survei pelanggan, sehingga pelayanan yang kurang baik dapat dideteksi dan dikoreksi.

4. Perishability.

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa akan berlalu begitu saja.

2.1.3. Saluran Jasa

Jasa merupakan produk yang tidak terlihat sehingga tidak dapat dipindah tangankan sehingga jasa harus ditempatkan pada lokasi yang dapat dicapai oleh pemakainya. Perantara yang sangat penting dalam saluran jasa adalah perantara yang menciptakan suatu informasi seperti agen maupun makelar.

2.2 Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia.

2.2.1 Pengertian Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pelatihan bagi karyawan merupakan suatu proses mengajarkan pengetahuan dan keahlian tertentu serta sikap agar karyawan semakin baik dan mampu melaksanakan tanggung jawabnya. Biasanya pelatihan merujuk pada pengembangan keterampilan bekerja (*vocational*). Istilah pelatihan dan pengembangan menuju pada struktur total dari program di dalam dan di luar pekerjaan karyawan dimanfaatkan perusahaan dalam mengembangkan keterampilan dan pengetahuan, utamanya untuk kinerja dan promosi karir.

Michael R. Carrel dan Robert D. Hatfield (1995) menyatakan "ekonomi ketenaga kerjaan membagi program pelatihan menjadi dua, yaitu program pelatihan umum dan spesifik". Pelatihan umum merupakan pelatihan dimana karyawan memperoleh keterampilan yang dapat dipakai di hampir semua jenis pekerjaan. Sementara pelatihan khusus atau spesifik merupakan dimana karyawan memperoleh informasi dan keterampilan yang sudah siap pakai khususnya pada bidang pekerjaannya.

Setiap pelatihan dan pengembangan yang bermakna harus terintegrasi dengan strategi SDM dalam perusahaan jika ingin hal itu terlaksana secara efektif. Integrasi ini membantu pola untuk meyakinkan bahwa bantuan strategi pengembangan akan mendukung strategi personal

yang lain. Menurut R. Carrel (1995), ada tujuh maksud utama program pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia yaitu memperbaiki kinerja, meningkatkan keterampilan karyawan, menghindari keusangan manajerial, dan memberi kepuasan untuk kebutuhan pengembangan personal. Sehubungan dengan itu, uraian pelatihan dan pengembangan tidak dapat dipisahkan karena keduanya saling terkait.

2.2.2 Manfaat Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia

Manfaat pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia dapat dikategorikan untuk perusahaan, untuk individual yang pada akhirnya untuk perusahaan pula, dan hubungan antara manusia serta mengimplementasikan kebijakan perusahaan (Keith Davis dan Werther W.B. 1996). Manfaatnya yaitu :

1. Manfaat untuk Perusahaan :
 - a. Memperbaiki pengetahuan dan keterampilan pada semua tingkat perusahaan.
 - b. Membantu menciptakan citra perusahaan yang lebih baik.
 - c. Membantu dalam meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja.
 - d. Menyediakan informasi untuk kebutuhan masa depan dalam semua segi diperusahaan.
2. Manfaat untuk individual :
 - a. Membantu dalam mendorong dan mencapai pengembangan dan kepercayaan diri.
 - b. Mengarahkan seseorang pada tujuan personal sambil memperbaiki keterampilan berinteraksi.
 - c. Menyediakan informasi untuk memperbaiki pengetahuan kepemimpinan, keterampilan berkomunikasi dan sikap.
3. Manfaat untuk personal, hubungan manusia, dan pelaksanaan kebijakan
 - a. Menyediakan informasi tentang pemerintahan yang berlaku dan kebijakan administrasi.
 - b. Memperbaiki keterampilan hubungan lintas personal.
 - c. Membuat kebijakan, aturan dan regulasi perusahaan yang dapat

dilaksanakan.

- d. Membuat perusahaan menjadi tempat yang lebih baik untuk bekerja dan hidup.

2.2.3 Tanggung jawab pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia

Tanggung jawab pelatihan dan pengembangan SDM dibagi menurut struktur perusahaannya yaitu : manajemen top, departemen SDM dibagi menurut struktur perusahaannya, yaitu : manajemen top, departemen SDM, penyelia senior, dan karyawan (Anthony :1996)

a. Manajemen Top

Manajemen top memiliki tanggung jawab untuk menyediakan kebijakan umum dan prosedur yang dibutuhkan untuk melaksanakan pelatihan. Tiap program pengembangan yang tidak memiliki perhatian, pengertian dan komitmen dari manajemen top, berarti mereka tidak memperdulikan faktor – faktor perusahaan yang dinamis. Padahal, faktor – faktor tersebut dapat mempengaruhi kemajuan perusahaan. Jika manajemen top tidak dilakukan maka, pengembangan iklim kerja yang baik dalam perusahaan akan mengalami kesulitan.

b. Departemen SDM

Departemen SDM dalam perusahaan secara esensial malakukan fungsi pendukung. Ia membantu manajer lini dalam pelatihan dan pengembangan menyediakan keahlian dan sumber daya serta terlibat dalam mensponsori program pelatihan. Silabus pelatihan pun harus sudah disiapkan, berikut rencana jangka panjang program pelatihan dan pengembangan, termasuk didalamnya proses evaluasi pelatihan.

c. Penyelia Senior.

Tiap penyelia senior bertanggung jawab dalam mendorong karyawan untuk mengembangkan diri dan harus menyediakan waktu agar pelatihan dapat berjalan. Disamping itu, perlu pengembangan proses belajar mengajar, menyediakan sumber daya dan dorongan untuk pengembangan diri di kalangan karyawan.

d. Karyawan

Para karyawan memiliki tanggung jawab menunjukkan minat dalam pengembangan karir dan sekaligus pencapaian tujuan perusahaan. Tiap karyawan hendaknya mendorong karyawan lain untuk mengembangkan diri. Oleh karena itu, tugas manajer dan departemen SDM harus secara berkelanjutan melakukan sosialisasi dikalangan karyawan.

2.2.4 Tahap Proses Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia.

Sebelum pelatihan dapat dilaksanakan kebutuhan akan hal itu perlu dianalisis lebih dahulu. Hal demikian dapat disebut sebagai tahapan penilaian dari proses pelatihan. Tahap penilaian sangat penting karena penilaian kebutuhan mendiagnosis permasalahan yang ada sekarang dan tantangan masa depan yang diharapkan dapat diatasi antara lain melalui pelatihan dan pengembangan.

Dalam tahapan penilaian ini, kebutuhan pelatihan dari perusahaan, pekerjaan dan kebutuhan individual perlu dianalisis dahulu. Jenis informasi dan metode pengumpulan yang berbeda dapat digunakan pada tiap tingkat. Sebagai contoh, tiap anggota perusahaan dapat menyediakan beberapa informasi tentang hal apa yang dibutuhkan dalam pelatihan dan jenis pelatihan apa yang dibutuhkan. Setelah tahap analisis kebutuhan dikerjakan, maka tahapan berikutnya adalah perumusan tujuan, prinsip – prinsip pelatihan, termasuk kriteria evaluasi pelatihan, merancang dan mengevaluasi pelatihan dan pengembangan.

2.3 Tipe – Tipe Konsumen Menurut Ernest Kretschmer.

Ernest Kretschmer (1925), berdasarkan hasil penelitiannya menyimpulkan adanya hubungan positif antara bentuk tubuh manusia dengan perilakunya.

Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen, Ernest Kretschmer membedakan konsumen dalam tiga tipe, yaitu tipe piknis, tipe leptosom dan tipe atletis.

a. Konsumen Tipe Piknis.

Tipe ini menunjukkan bentuk badan bulat, anggota badan pada umumnya agak pendek dan wajahnya bulat lebar. Karakter tipe piknis ada yang menunjukkan sifat peramah dan suka berbicara, tenang dan suka humor, adapula yang sifatnya pendiam, baik hati, serta yang bersifat praktis.

Adapun cara menghadapi atau melayani tipe piknis antara lain adalah :

- 1). Perhatikan suasana hatinya, dan usahakan untuk berbincang – bincang jika kelihatannya ia menghendaki.
- 2). Lakukan percakapan yang menarik, ramah dan sedikit humor.
- 3). Jangan mengadakan debat karena pada umumnya mereka mempunyai kemampuan "bersilat lidah".
- 4). Untuk tipe piknis yang pendiam, sebaiknya beri perhatian dengan cara mengucapkan, misalnya, "Ada yang perlu dibantu Pak ?"
- 5). Jika mereka menunjukkan perilaku tertentu yang kurang pantas didengar, janganlah dipersoalkan karena mereka menyukai humor.

b. Konsumen Tipe Leptosom.

Tipe ini menunjukkan bentuk tubuh agak kecil dan lemah, bahu tampak kecil, leher dan anggota badan menunjukkan kesan kurus panjang. Karakter tipe leptosom ada yang menunjukkan orang angkuh, orang idealis.

Adapun cara menghadapi atau melayani tipe ini antara lain :

- 1). Hormatilah mereka seperti seorang raja yang harus siap dilayani.
- 2). Bersikaplah sabar, hormat, bijaksana, dan menurut perintahnya.
- 3). Jangan menegur mereka dengan cara yang kurang enak, tetapi sapaalah mereka dengan sikap hormat, tunduk kepada mereka.

c. Konsumen Tipe Atletis

Tipe ini menunjukkan bentuk badan kokoh pundak tampak lebar dan pinggul tampak berisi. Anggota badannya cukup panjang, badan berotot dan kekar. Wajahnya bulat telur atau lonjong.

Karakternya menunjukkan sikap banyak gerak, tetapi penampilan kalm,

jarang humor dan mempunyai sifat tidak cepat percaya dan kaku. adapun cara menghadapi atau melayani tipe ini antara lain :

1. Hindarilah berdiskusi atau berdebat kasar.
2. Berilah kesan seakan - akan mereka adalah orang yang pandai
3. Bersabarlah dan jangan menunjukkan sikap terburu - buru kepada mereka
4. Sebaiknya jika ada pertanyaan yang mereka kemukakan hendaknya dijawab dengan penjelasan yang sistematis dan kalau memungkinkan dengan alat peragaan karena mereka pada umumnya tidak cepat percaya.
5. Hindarkanlah sikap yang mengecewakan mereka terutama jika mereka tidak jadi pembeli barang.

2.4. Metode – Metode Penelitian Perilaku Konsumen

2.4.1 Pengertian Metode Teknik dan Penelitian Konsumen

Pencatatan dan penganalisisan data secara sistimatis tentang konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat David L. Loudon dan Albert J Delta Bitz (1984 : 55) yang mengemukakan bahwa : *“Consumer research may be defined as the systematic gathering, recording and analyzing of data about consumers”*.

Ada dua macam penelitian konsumen, yaitu penelitian yang bersifat eksplorasi dan penelitian tentang kesimpulan konsumen.

a. Penelitian Eksplorasi

Metode yang digunakan dalam penelitian eksplorasi konsumen adalah metode mempengaruhi konsumen (*consumer suggestions*) dan metode memfokuskan kelompok (*focus groups*)

1. Metode mempengaruhi konsumen

Dalam dunia bisnis banyak pengaruh dan masalah yang dihadapi oleh konsumen yang dapat diketahui melalui pemberian sugesti kepada konsumen secara spontan, misalnya mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk atau merek baru, memberikan kartu saran untuk mengetahui kesukaan konsumen terhadap suatu produk

2. Metode memusatkan atau memfokuskan kelompok konsumen

Metode yang dimaksud adalah mengadakan wawancara kepada kelompok konsumen yang terdiri dari 6 – 8 orang yang mempunyai latar belakang yang sama.

Kelompok konsumen tersebut mengasosiasikannya secara terhadap masalah-masalah yang ada dalam pasar. Atau ahli pemasaran mengadakan diskusi kelompok yang membahas persoalan yang diharapkan konsumen dari suatu produk, merek atau pelayanan. Dengan demikian pemasaran dapat memahami produk, dan pelayanan yang dapat memuaskan konsumen

b. Penelitian Tentang Kesimpulan Konsumen

Penelitian eksplorasi tidak direncanakan untuk menyimpulkan jawaban dalam meneliti pertanyaan yang diberikan oleh konsumen. Oleh karena, penelitian mengenai kesimpulan konsumen terhadap suatu produk, dan pelayanan itu penting. Penelitian kesimpulan konsumen dapat juga digunakan untuk menentukan atau mengidentifikasi apa yang mempengaruhi konsumen.

2.4.2. Pendekatan Penelitian Konsumen.

Ada dua pendekatan penelitian, yaitu pendekatan penelitian cross – sectional dan longitudinal.

a. Pendekatan penelitian *cross – sectional*

Pendekatan ini dimaksudkan untuk meneliti aspek – aspek perilaku konsumen yang menggunakan waktu secara relatif singkat, misalnya meneliti perubahan perilaku konsumen pada waktu tertentu, mempelajari nilai dan sikap konsumen terhadap suatu produk dalam moment dalam waktu tertentu

b. Pendekatan penelitian *longitudinal*

Pendekatan ini dimaksudkan untuk meneliti aspek – aspek perilaku konsumen yang terjadi dalam beberapa periode waktu tertentu

2.5 Strategi Untuk Meningkatkan Pelayanan

2.5.1 Strategi Internal

Strategi Internal didasarkan berdasarkan pada perbaikan dari dalam perusahaan, antara lain yaitu :

1. Efisiensi fungsi manajemen

Bekerja secara efisiensi yaitu mencapai tujuan dalam menyesuaikan tugas secara baik.

2. Penghematan.

Melakukan penghematan secara wajar dalam menggunakan sumber-sumber yang diperlukan.

3. Restrukturisasi organisasi perusahaan.

Tujuan dari restrukturisasi organisasi perusahaan adalah : mencari efisiensi kerja dan hasil kerja.

4. Pengembangan profesionalisme.

Tujuan dari perkembangan profesionalisme adalah meningkatkan mutu sumber daya manusia.

5. Peningkatan kualitas dan profesionalisme.

Peningkatan kualitas dan profesionalisme menentukan kepuasan seorang konsumen.

6. Penyadaran diri.

Tujuan dari penyadaran diri adalah untuk mengevaluasi semua hal dalam perusahaan.

7. Penghayatan visi dan misi perusahaan

Tujuan dari penghayatan visi dan misi perusahaan adalah sebagai acuan dalam melaksanakan seluruh aktifitas perusahaan.

8. Memperbaiki mental kerja.

Memperbaiki mental kerja dapat dilakukan dengan menganggap karyawan sebagai mitra kerja karena karyawan dapat menciptakan dukungan yang besar pada perusahaan.

9. Genggam persahabatan dengan konsumen.

Hubungan yang erat dengan konsumen dapat meningkatkan pelayanan.

2.5.2. Strategi Eksternal

Strategi didasarkan pada perbaikan dari luar perusahaan antara lain yaitu :

1. *Forward Integration* (penggabungan ke depan)
Kunci keberhasilan perusahaan adalah pengendalian dan pengawasan terhadap distributor maupun pengecer
2. *Back Ward Integration* (penggabungan ke belakang)
Strategi untuk mencari kepemilikan supplier.
3. *Horizontal Integration* (penggabungan horizontal)
Strategi untuk mencari kepemilikan terhadap supplier.
4. *Market Penetration* (penetrasi pasar)
Strategi untuk mencari peluang dalam menciptakan produk.
5. *Development Market* (mengembangkan pasar)
Strategi untuk mempromosikan suatu produk.
6. *Produk Development* (mengembangkan produk)
Strategi untuk meningkatkan penjualan.
7. *Horizontal Diversivication* (perluasan horizontal)
Menciptakan produk yang baru untuk memancing konsumen.
8. *Consentrik Diversivication* (perluasan konsentris)
Menambahkan suatu produk yang baru namun tetap berhubungan dengan produk yang lama.
9. *Conglomerate Diversivication*
Menambahkan suatu produk yang berbeda dari produk yang lama.
10. *Join Venture*
Strategi untuk menggabungkan antara perusahaan.

2.6. Penggunaan Bahasa Inggris Dalam Meningkatkan Pelayanan

Menurut Donald A. Bali dan Wendel M.Culloch (2000 :380) bahasa adalah kunci dari kebudayaan dan tanpa bahasa, orang menemukan dirinya terisolasi dari semua hal. Oleh karenanya sebuah bahasa sangat dibutuhkan dalam berkomunikasi, diantaranya bahasa Inggris sebagai *lingua franca* yaitu bahasa

asing yang digunakan berkomunikasi antara budaya yang berbeda dari suatu bangsa yang memiliki bahasa berbeda. Bahasa Inggris merupakan bahasa internasional yang sangat diperlukan dalam dunia bisnis internasional sebab untuk meningkatkan pelayanan sehingga bahasa Inggris mempunyai andil yang cukup besar dalam hal ini. Keberadaan produk *internasional express mail service* di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember sangat memerlukan perusahaan yang memiliki penguasaan bahasa Inggris. Sehingga bahasa Inggris menjadi hal yang mutlak untuk dikuasai guna meningkatkan pelayanan yang baik di era yang akan datang.

2.7 Pelayanan yang diterapkan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember

Pelayanan yang diterapkan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember adalah pelayanan service point. Pelayanan service point menyangkut di antaranya yaitu :

1. Mutu produk
2. Harga produk
3. Kelengkapan produk dalam pelayanan
4. Kecepatan pelayanan
5. Kenyamanan pelayanan
6. Keterampilan dan keramahan pelayanan
7. Kelengkapan fasilitas pendukung
8. Mudah dijangkau tempat pelayanan

Pertimbangan – pertimbangan mengapa service point diterapkan di PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember yaitu :

1. Service point ditengah persaingan bisnis.

Service point dikembangkan sebab konsumen dapat memanfaatkan produk dan layanan melalui proses point sehingga perusahaan dapat bersaing di dalam bidang bisnis lalu lintas perposan.

2. Analisis bisnis service point

Tantangan, peluang, kelemahan dan kekuatan yang ada pada nilai

service point harus diketahui betul karena kesemuanya itu untuk semakin menguatkan posisi service point tersebut dihati konsumen. Tantangan yang dihadapi service point adalah: seringnya terjadi perubahan sikap konsumen dalam hal frekuensi penggunaan layanan dikarenakan semakin menguatnya penggunaannya produk substitusi. Dalam satu sisi peluang yang dipunyai oleh service point yang dapat dimanfaatkan untuk bersaing dalam bisnis perposan. Peluang tersebut berkenaan dengan pertumbuhan ekonomi yang semakin membaik, diterapkannya otonomi daerah, tumbuh berkembangnya masyarakat yang berbasis informasi dan maraknya bisnis yang potensial menjadi komplementor service point, serta dukungan pemasok yang semakin menguat. Adapun kelemahan dari service point yang perlu ditanggulangi antara lain berkenaan dengan waktu pelayanan yang masih konvensional, fokus bisnis yang menggantungkan pada bisnis inti semata, sumber daya manusia yang kurang *entrepreneurship*, dukungan teknologi yang kurang memadai serta lemahnya dukungan informasi dan komunikasi terhadap keberadaan pelayanan yang masih tersedia dan pelayanan yang dikembangkan pada service point. Sementara itu, ada keunggulan service point yang cukup penting untuk dimanfaatkan dalam mengoptimalkan service point yakni lokasi yang strategis, sumber daya manusia yang berpengalaman, kredibilitas dan nama baik perusahaan.

3. Model Service Point.

Model service point dikembangkan sesuai dengan kinerja perusahaan yaitu service point yang berorientasi pada konsumen. Wujud service pointnya dibagi menjadi dua kelompok yaitu : service point suakelola dan service point kemitraan. Selanjutnya service point dikelompokan menjadi service retail yaitu service point yang melayani konsumen di sektor individual dan service corporate yaitu service point yang memusatkan perhatian kepada pelayanan konsumen bisnis dan intitusi. Mengembangkan service point dapat memberi ruang bagi mitra kerja untuk berpartisipasi dalam melakukan pengelolaan service point.

4. Strategi Optimalisasi Service Point

Strategi yang ditekankan adalah strategi service point yang memadukan pendekatan kerja sama (kooperasi) dengan persaingan (kompetisi). Strategi optimalisasi mencermati analisis tantangan, kelemahan, peluang dan kekuatan yang sudah dianalisis bisnis service point. Pendekatan kerja sama dikenal dengan strategi kompetisi.



BAB III
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN



3.1 Sejarah Berdirinya PT. Pos Indonesia (Persero)

Sejarah berdirinya PT Pos Indonesia (Persero) yang merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan lalu lintas berita, uang dan barang. Sebelum mengetahui lebih lanjut tentang sejarah berdirinya PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember untuk itu sebaiknya, kita ketahui terlebih dahulu tentang sejarah perkembangan PT. Pos Indonesia (Persero) secara garis besar perkembangan PT Pos Indonesia (Persero) dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Masa Kompeni dan *Bataafshehe Republik*

Perkembangan pos yang ada di Indonesia dimulai dengan kedatangan Belanda ke Indonesia pada tahun 1596 yang dipimpin oleh Cornelis De Houtman, Cornelis De Houtman melakukan pengiriman surat – surat kepada raja di Banten. Dari seringnya melakukan lalu lintas pengiriman surat – surat itulah maka untuk memperlancar pengiriman tersebut maka didirikan kantor pos pertama kali didirikan pada tanggal 26 Agustus 1746 oleh Gubernur Jendral C.W Baron Van Imhoff yaitu, di Batavia yang sekarang kita lebih mengenal dengan nama Jakarta. Namun pada saat itu jalur pengiriman berita menggunakan jalur laut, karena banyak jalan darat dikuasai oleh kerajaan kerajaan yang terdapat di Indonesia.

2. Masa Penjajahan Inggris

Pada masa penjajahan Inggris digunakan cara pengiriman surat dengan berkuda dan berkereta. Dan kegiatan pos lebih tertata rapi dengan diberlakukannya peraturan "*Regulation For the Post Establishment on the Island of Java*". Namun semenjak Raffles memimpin dikeluarkannya aturan "*Abolition of the Traveling Post Establishment*". Yang menyatakan mereka mempergunakan jalan raya harus menggunakan kendaraan sendiri. Meskipun demikian ia tetap mempertahankan kuda pos dengan segala peralatan beserta

kusirnya yang kemudian diatur kembali dalam aturan "*Regulation of the Government Post Carriage*" yang menyatakan bahwa mereka yang menggunakan harus membayar sebelum berangkat.

3. Masa Penjajahan Belanda.

Pada saat penjajahan Belanda peraturan yang sangat mencolok pada saat dipimpin oleh Sir Rowland (Berkebangsaan Inggris) pada tahun 1840. Dia mengusulkan persamaan tarif yang kemudian disebut *Peny Post* yaitu suatu peni untuk tiap – tiap surat dalam negeri. Untuk mempermudah pengiriman surat maka dikeluarkan perangko sehingga aturan – aturan porto surat yang dibayar oleh penerima surat dihapuskan. Pada tahun 1874 diadakan kongres untuk membicarakan tentang pengiriman pos. Kongres pertama kali inilah yang kemudian membentuk persatuan organisasi pos yang disebut dengan *Universal Postal Union* (UPU) yang dibentuk oleh pejabat – pejabat pos dari 22 negara peserta kongres. UPU (*Universal Post Union*) merupakan titik awal permulaan era baru di bidang komunikasi dengan ditemukannya telegram. Bersamaan dengan itu dibentuklah dinas pos, telegraf dan telepon (PTT). Pada tahun 1922 – 1923 Kantor Pusat PTT yang semula hanya menggunakan jalur darat dan laut namun pada tanggal 1 November 1938 pengiriman pos telah menggunakan jalur udara. Jalur pertama kali digunakan adalah jalur Batavia - Bandung dan Batavia – Semarang.

4. Masa Penjajahan Jepang

Pada masa penjajahan Jepang belum ada perubahan yang signifikan dalam bidang pos. Metode pengiriman dan penerimaan surat kawat menggunakan tulisan latin serta *katakana* (Jepang), sedangkan hubungan melalui telegraf tetap digunakan oleh maskapai telegraf yaitu *Akoasi Denki* (KK). Pada tahun 1944 *Akoasi Denki* (KK) ditiadakan karena kekurangan peralatan dan masih banyak saluran darat yang belum diperbaiki. Pada masa Pendudukan Jepang, jawatan (perusahaan telegraf dan telepon) struktur organisasinya terbagi menjadi tiga jawatan PTT yaitu :

- a. Jawatan PTT Jawa
- b. Jawatan PTT Sumatra
- c. Jawatan PTT Sulawesi

Pada tanggal 14 Agustus 1945, Pemerintahan Jepang menyerah tanpa syarat kepada sekutu. Tidak lama kemudian Indonesia merdeka. Dengan demikian terlepaslah Indonesia dari belenggu penjajahan, namun penyerahan jawatan PTT dari tangan Jepang ke Indonesia tidak berjalan lancar. Melihat hal itu tergeraklah jiwa patriot dari Pemuda Indonesia yang pada waktu itu tergabung dalam angkatan muda PTT (AMPTI) dan pada tanggal 27 September 1945 ditetapkan sebagai hari Bhakti Perum Postel. Kepala jawatan PTT pertama kali adalah Mossoharto yang didampingi oleh R. Dijar sebagai wakilnya.

5. Masa Kemerdekaan (1945 – Sekarang)

Memasuki masa Kemerdekaan Indonesia tahun 1945, perusahaan ini diambil alih oleh Pemerintah Indonesia dan berganti nama menjadi Jawatan Pos Telegraf dan Telepon hingga tahun 1961. Berdasarkan Undang-undang No. 19 Peraturan Pemerintah Tahun 1960, Jawatan Pos Telegraf dan Telepon berganti nama menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi. Layanan yang diberikan tetap sama, yaitu dibidang pos, telegraf dan telepon.

Pada tahun 1965 terjadi lagi perubahan baru dalam dunia Pos Indonesia yaitu pemisahan perusahaan negara pos dan telekomunikasi berdasarkan bidang layanannya. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 29 tahun 1965 bidang layanan telegraf dan telepon berdikari dengan PN Telekomunikasi (Peraturan Pemerintah No. 30 tahun 1965)

Seiring dengan kemajuan yang dicapai oleh Perusahaan Negara Pos dan Giro maka, pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 9 tahun 1978 yang berisi peningkatan status Perusahaan Negara dan Giro menjadi Perusahaan Umum Pos dan Giro. Perum pos dan giro meningkat sehingga pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No 5 tahun 1995 yang isinya mengenai perubahan status Perum Pos dan Giro menjadi Perseroan Terbatas. Dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah tersebut maka sejak tanggal 20 Juni 1995 Perum Pos dan Giro berganti nama menjadi PT. Pos Indonesia (Persero) dan telah resmi terdaftar dengan akta notaris di Jakarta no. 117/1995 tanggal 20 Juni 1995, Peraturan Pemerintah No. 5 tahun 1995.

Kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat menyebabkan kebutuhan dalam bidang komunikasi semakin meningkat pula. Oleh karena itu, peranan kantor pos sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa berupaya untuk meningkatkan mutu pelayanannya, mengingat peranan PT Pos Indonesia (Persero) yang sangat penting bagi masyarakat, maka didirikanlah kantor pos cabang diseluruh kota di Indonesia, termasuk salah satu diantaranya Kantor Pos Cabang Jember.

3.2. Visi Misi dan Nilai – Nilai Utama Budaya PT. Pos Indonesia (Persero)

3.2.1. Visi PT. Pos Indonesia (Persero).

Peningkatan kinerja perusahaan juga diimbangi dengan upaya untuk meningkatkan adanya efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan jasa pos dan giro, terutama agar BUMN Pos dapat menjalankan fungsinya secara optimal. Untuk mencapai itu semua maka perusahaan memerlukan suatu visi dan misi yang jauh ke depan. PT. Pos Indonesia (Persero) memiliki visi untuk kemajuan perusahaan, yaitu :

“Pos Indonesia berupaya untuk menjadi penyedia sarana komunikasi kelas dunia, yang peduli terhadap lingkungan, dikelola oleh sumber daya manusia yang profesional sehingga mampu memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat, serta tumbuh dan berkembang sesuai dengan konsep bisnis yang sehat”.

3.2.2. Misi PT Pos Indonesia (Persero)

Sementara misi yang diemban oleh PT. Pos Indonesia (Persero) adalah :

- a) Menyediakan sarana yang handal dan terpercaya bagi masyarakat dan pemerintah guna menunjang pembangunan nasional serta memperkuat Persatuan dan Kesatuan Bangsa Indonesia.
- b) Mengembangkan usaha yang bertumpu pada peningkatan mutu pelayanan melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi tepat guna untuk mencapai kepuasan serta memberikan nilai tambah yang optimal bagi karyawan, pemegang saham dan masyarakat.

Kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat menyebabkan kebutuhan dalam bidang komunikasi semakin meningkat pula. Oleh karena itu, peranan kantor pos sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa berupaya untuk meningkatkan mutu pelayanannya, mengingat peranan PT Pos Indonesia (Persero) yang sangat penting bagi masyarakat, maka didirikanlah kantor pos cabang diseluruh kota di Indonesia, termasuk salah satu diantaranya Kantor Pos Cabang Jember.

3.2. Visi Misi dan Nilai – Nilai Utama Budaya PT. Pos Indonesia (Persero)

3.2.1. Visi PT. Pos Indonesia (Persero).

Peningkatan kinerja perusahaan juga diimbangi dengan upaya untuk meningkatkan adanya efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan jasa pos dan giro, terutama agar BUMN Pos dapat menjalankan fungsinya secara optimal. Untuk mencapai itu semua maka perusahaan memerlukan suatu visi dan misi yang jauh ke depan. PT. Pos Indonesia (Persero) memiliki visi untuk kemajuan perusahaan, yaitu :

“Pos Indonesia berupaya untuk menjadi penyedia sarana komunikasi kelas dunia, yang peduli terhadap lingkungan, dikelola oleh sumber-daya manusia yang profesional sehingga mampu memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat, serta tumbuh dan berkembang sesuai dengan konsep bisnis yang sehat”.

3.2.2. Misi PT Pos Indonesia (Persero)

Sementara misi yang diemban oleh PT. Pos Indonesia (Persero) adalah :

- a) Menyediakan sarana yang handal dan terpercaya bagi masyarakat dan pemerintah guna menunjang pembangunan nasional serta memperkuat Persatuan dan Kesatuan Bangsa Indonesia.
- b) Mengembangkan usaha yang bertumpu pada peningkatan mutu pelayanan melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi tepat guna untuk mencapai kepuasan serta memberikan nilai tambah yang optimal bagi karyawan, pemegang saham dan masyarakat.

3.2.3 Nilai – Nilai Utama Budaya PT. Pos Indonesia (Persero)

Nilai - nilai utama budaya yang diemban oleh PT. Pos Indonesia (Persero) adalah :

- a) Berusaha mencapai yang terbaik
- b) Semantiasa melihat kedepan dan belajar dari pengalaman
- c) Bertanggung jawab kepada pihak – pihak yang berkepentingan
- d) Menjunjung tinggi semangat kerja sama dalam kelompok
- e) Menghargai kreativitas pribadi
- f) Ikatan yang lestari diantara seluruh jajaran, baik yang baru masuk, sedang menjabat dan bekerja maupun yang telah purnabakti beserta seluruh keluarganya.
- g) Perhatian yang tulus.
- h) Bangga sebagai insan Pos Indonesia

3.3. Struktur Organisasi Dan Pembagian Tugas PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Jember.

3.3.1 Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember

Struktur organisasi PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember adalah suatu kerangka perusahaan yang menunjukkan pembagian fungsi sistem orang dan hubungan antara komponen yang satu dengan yang lainnya. Dalam rangka mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan sebelumnya, pembagian fungsi itu akan memisahkan antara tugas masing – masing komponen dan prosedur suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya.

Demikianlah pula dengan uraian tugas serta komponen dan prosedur yang ada, dengan adanya prosedur maupun sistem yang jelas mempengaruhi pola terhadap adanya disiplin yang tinggi. Bentuk strategi organisasi disesuaikan dengan situasi dan kondisi dari perusahaan yang bersangkutan. Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember memiliki struktur organisasi sebagaimana tercantum pada halaman lampiran.

3.3.2 Pembagian Tugas PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember

Adapun tugas dan diskripsi kerja pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember adalah sebagai berikut:

A. KPP (Kepala Kantor Pos)

Merupakan Pimpinan Umum Kantor, termasuk Kantor Pembantu dan Tambahan yang berada pada wilayah Daerah Tingkat II, sekaligus penanggung jawabnya. Mempunyai fungsi intern sebagai pengendali kegiatan operasional Pos dan Giro, sedangkan fungsi ekstern sebagai wakil perusahaan di daerah tingkat II.

Adapun tugas – tugasnya adalah sebagai berikut:

1. Memimpin kantor pos, yaitu membina kantor pos dalam rangka memberikan pelayanan kepada masyarakat luas.
2. Menjaga disiplin anggaran perusahaan
3. Merencanakan, menggerakkan, mengawasi kegiatan operasional
4. Mengelola tata usaha kepegawaian dan mengembangkan mutu sumber daya manusia
5. Menanamkan loyalitas Kepala Negara dan Pemerintah.

B. WKPP (Wakil Kepala Kantor Pos)

Dalam pelaksanaan operasionalnya sehari – hari hanya mempunyai fungsi intern saja. Adapun tugas – tugasnya adalah sebagai berikut:

1. Membantu Kepala Kantor dalam pembinaan SDM
2. Mendata pertumbuhan atau kinerja kantor.
3. Membina keterampilan pegawai.
4. Mengatur dinas yang meliputi pemanfaatan seluruh sarana yang ada pada manajemen SDM
5. Bertanggung jawab kepada Kepala Kantor Pos atas kelancaran tugas intern operasional

C. Sata WKPP

Adapun tugas – tugasnya adalah sebagai berikut :

1. Membuat laporan kepegawaian
2. Membuat daftar hadir pegawai
3. Membuat daftar dan membayar tunjangan loket dan uang lembur kepada pegawai
4. Mengatur pembagian dinas hari minggu
5. Mengatur masalah cuti atau istirahat serta laporannya.
6. Membayar gaji pensiun pegawai pos

D. Manajer

Adapun tugas – tugasnya adalah sebagai berikut :

1. Memeriksa semua tugas yang diberikan dari asisten 1 dan 2
2. Melaksanakan semua tugas yang diberikan oleh kepala kantor
3. Memeriksa kebenaran dan pembukuan pada buku aktiva maupun hutang
4. Memeriksa laporan yang dibuat oleh masing – masing manajer sebagai lampiran laporan bulanan

E. Manajer Bisnis Komunikasi

Adapun tugas – tugasnya adalah sebagai berikut :

1. Menerima dan mengantar pelayanan surat
2. Mengawasi pekerjaan pelayanan surat
3. Menyelesaikan administrasi atau surat menyurat di bagian bisnis komunikasi.
4. Mencatat bea pengiriman surat secara kredit dan menyerahkan datanya kepada bagian terkait
5. Melayani pengaduan dan memproses kiriman Pos Peka Waktu (PPW)
6. Mengatur dan bertanggung jawab terhadap kelancaran dinas PPW

F. Manajer Pelayanan I dan II

Adapun tugas – tugasnya adalah sebagai berikut :

1. Mengadakan dan mengawasi serta bertanggung jawab atas pekerjaan

dibagian wesel pos dan tabanas

2. Pembuatan wesel pos duplikat

G. Manajer Keuangan dan Bendahara

Adapun tugas – tugasnya adalah sebagai berikut :

1. Memenuhi permintaan – permintaan benda pos termasuk materai dari loket
2. Mengawasi dan bertanggung jawab terhadap semua urusan persediaan benda pos

H. Manajer Operasional

Adapun tugas – tugasnya adalah sebagai berikut :

1. Mengawasi pekerjaan dan bertanggung jawab atas pemakaian dan penyampaian
2. Menyimpan kiriman berharga
3. Bertanggung jawab atas kiriman dan penerimaan kiriman surat tercatat dan terdaftar.

I. Unit Pelayanan Luas (UPL)

Adapun tugas–tugasnya adalah sebagai berikut:

1. Membuat permintaan panjar kepada kerja KP-VII-X kepada bendaharawan
2. Mengawasi dan memeriksa pengisian buku penerimaan dan pengeluaran
3. Memeriksa dan menyerahkan kuitansi unit yang ditanda tangani oleh kepala kantor
4. Menyiapkan register berharga
5. Membuat rekening koran saldo kemarin, penyelesaian panjar kerja, sisa saldo hari berjalan, panjar kerja ditahan, tambahan panjar kerja, saldo hari berjalan

J. Pos Peka Waktu (PPW)

(1). Manajer PPW I II

Adapun tugas – tugasnya adalah sebagai berikut:

1. Mengawasi pelaksanaan kirim / terima PPW

2. Mengatur dan bertanggung jawab terhadap kelancaran dinas PPW
3. Menyelesaikan surat – menyurat dinas PPW
4. Mencatat bea pengiriman surat secara kredit dan menyerahkan datanya kepada bagian terkait
5. Melayani pengaduan dan memproses kiriman PPW
6. Membuat rencana dan rekapitulasi pendapatan PPW
7. Membuat laporan kirim / terima PPW (1 – 10) harian

(2). Puri PPW I / II TU / M

Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

1. Menyerahkan dan memeriksa kiriman PPW dari kantor lain, kemudian menyerahkan kepada bagian terkait dengan menandatangani pada adpis serah / terima serta memberikan keterangan yang diperlukan
2. Mengerjakan kiriman surat khusus sesuai dengan pembagian tutupan pos
3. Mengerjakan nomor urut kiriman tahunan PKH sesuai dengan pembagian tutupan pos
4. Membuat buku perhitungan SKH yang kirim dan menyerahkan adpisnya kepada pembuat neraca

K. Central Giro Tabungan

Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut

1. Membuat cek, jurnal giro tambah, jurnal giro tabungan
2. Mengerjakan neraca gabungan
3. Melaksanakan pembayaran pensiunan
4. Membuat kuitansi angsuran kredit pensiunan

L. Pemasaran dan Humas

(1). Manajer Pemasaran I TU / M

Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

1. Membuat program aksi pemasaran dengan sasaran utama pengguna jasa pos besar (*big user*)
2. Menganalisa kuantitatif / kualitatif pelaksanaan pemasaran

3. Melaksanakan pengembangan filateli
4. Melaksanakan kegiatan kehumasan dan pemasaran
5. Membuat laporan kegiatan pemasaran / humas / filateli

(2). Petugas Pemasaran III TU / M

Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

1. Menjalankan kegiatan pemasaran jasa pos
2. Mengadakan penyuluhan pelayanan jasa pos ke perusahaan dan lembaga pendidikan
3. Mengadakan penjualan atau menerbitkan majalah sahabat pena
4. Membuat buku neraca perhitungan hasil pemasaran jasa pos
5. Mengerjakan surat dengan fasilitas kredit seperti pendapatan, penagihan dan sebagainya
6. Memberikan pelayanan / melayani jasa pos dengan perlakuan khusus

(3). Customer Service

Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

1. Melayani HALLO POS 161 (media informasi dan pelayanan pos)
2. Menangani surat dan keluhan pelanggan apabila terjadi kekeliruan
3. Bertindak sebagai *customer care*
4. Membuat laporan / pelaporan kegiatan HALLO POS 161 (media informasi dan layanan pos)
5. Melayani pembuatan kartu tanda tangan untuk urusan pos

M. Bagian Distribusi dan Antaran

(1). Manajer Distribusi dan Antaran

Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

1. Melaksanakan serta mengawasi surat pos biasa, kilat, kilat khusus, tercatat, patas, EMS, wesel serta porto benda
2. Melaksanakan serta mengawasi pelayanan pos untuk kotak pos dan tromol pos
3. Menyusun dan membuat data – data dan jalan antaran
4. Melakukan pembagian jalan antaran serta melakukan penyusunan dengan perkembangan wilayah dan beban kerja

dengan perkembangan wilayah dan beban kerja

5. Menyusun laporan pos peka waktu dan kelancaran antaran
6. Memberikan didikan, bimbingan, pembinaan serta mengawasi pekerjaan antar pos
7. Melakukan pengawasan terhadap surat selebaran, buku atau barang cetakan terlarang

(2). Asisten Manajer

Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

1. Menyerahkan wesel pos kepada para pengantar pos
2. Menerima / memeriksa / meneruskan surat dari luar negeri
3. Melakukan dan membuat tugas bagian statistik
4. Membantu manajer distribusi dan antaran untuk memeriksa tas pengantar pos

3.4. Kegiatan Pokok PT. Pos Indonesia (Persero) dan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember

3.4.1. Kegiatan PT. Pos Indonesia (Persero)

Sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara yang mempunyai tugas pokok dalam pembangunan, mengusahakan dan mengembangkan pelayanan jasa dalam bidang lalu lintas berita dan informasi, barang dan uang untuk meningkatkan kelancaran hubungan masyarakat guna menunjang pembangunan nasional, maka kegiatan PT. Pos Indonesia (Persero) meliputi tiga hal pokok dalam proses penerimaan, pengiriman dan penyerahan pos, yaitu :

- a) Berita meliputi : Surat Pos, Surat Pos Elektronik, Wasantara Net.
- b) Uang, meliputi : Wesel, Pos, Giro, Cek Pos Dan Wesel Elektronik
- c) Barang meliputi : Paket Pos, Pos Patas, PES (Pos Esok Sampai)

Disamping hal tersebut diatas PT Pos Indonesia (Persero) juga menangani kegiatan lain yang berhubungan dengan bidang jasa keagenan. Misalnya pekerjaan negara, penyelenggaraan tabungan, penjualan produk dari PT Pos Indonesia seperti perangko, materai kartu pos, kartu wesel dan

sebagainya.

Kemudian sesuai dengan tugas pokoknya, maka PT Pos Indonesia (Persero) yang diselenggarakan oleh negara yang kemudian wewenang perusahaannya diserahkan pada Perum Pos dan Giro sehingga, secara otomatis sistem pos nasional harus menyediakan dan menciptakan jasa pos dalam berkomunikasi yang dapat menjangkau seluruh wilayah di Indonesia dan luar negeri

3.4.2. Kegiatan Pokok PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember

Kegiatan pokok PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember yaitu untuk melayani kepentingan umum dan bertujuan untuk menunjang pembangunan nasional dan mewujudkan wawasan nusantara. Adapun kegiatan pokok tersebut adalah :

1. Dalam bidang lalu lintas berita (surat) meliputi : biasa, kilat, tercatat dan kilat khusus
2. Dalam bidang lalu lintas barang (paket) meliputi : biasa, cepat, luar negeri, Paket Esok Sampai (PES)
3. Jasa keagenan meliputi : penjualan benda – benda pos, tabanas, pembayaran pensiunan

Untuk menunjang kelancaran nasional PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember mengusahakan dan mengembangkan pelayanan pos dan giro dalam arti seluas – luasnya guna mempertinggi kelancaran hubungan masyarakat dalam bentuk pelayanan untuk hubungan dalam negeri maupun luar negeri.

3.5. Lokasi Perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember

Adapun lokasi Kantor Pos Cabang Jember tepatnya berada di Jalan PB Sudirman No 5 Jember dengan batasan – batasannya sebagai berikut :

1. Sebelah Timur : Bank Negara Indonesia
2. Sebelah Barat : Gedung Wahyawibawagraha

3. Sebelah Selatan : Alun – Alun Kota Jember
4. Sebelah Utara : Hotel Slamet

3.6. Cabang – Cabang PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember

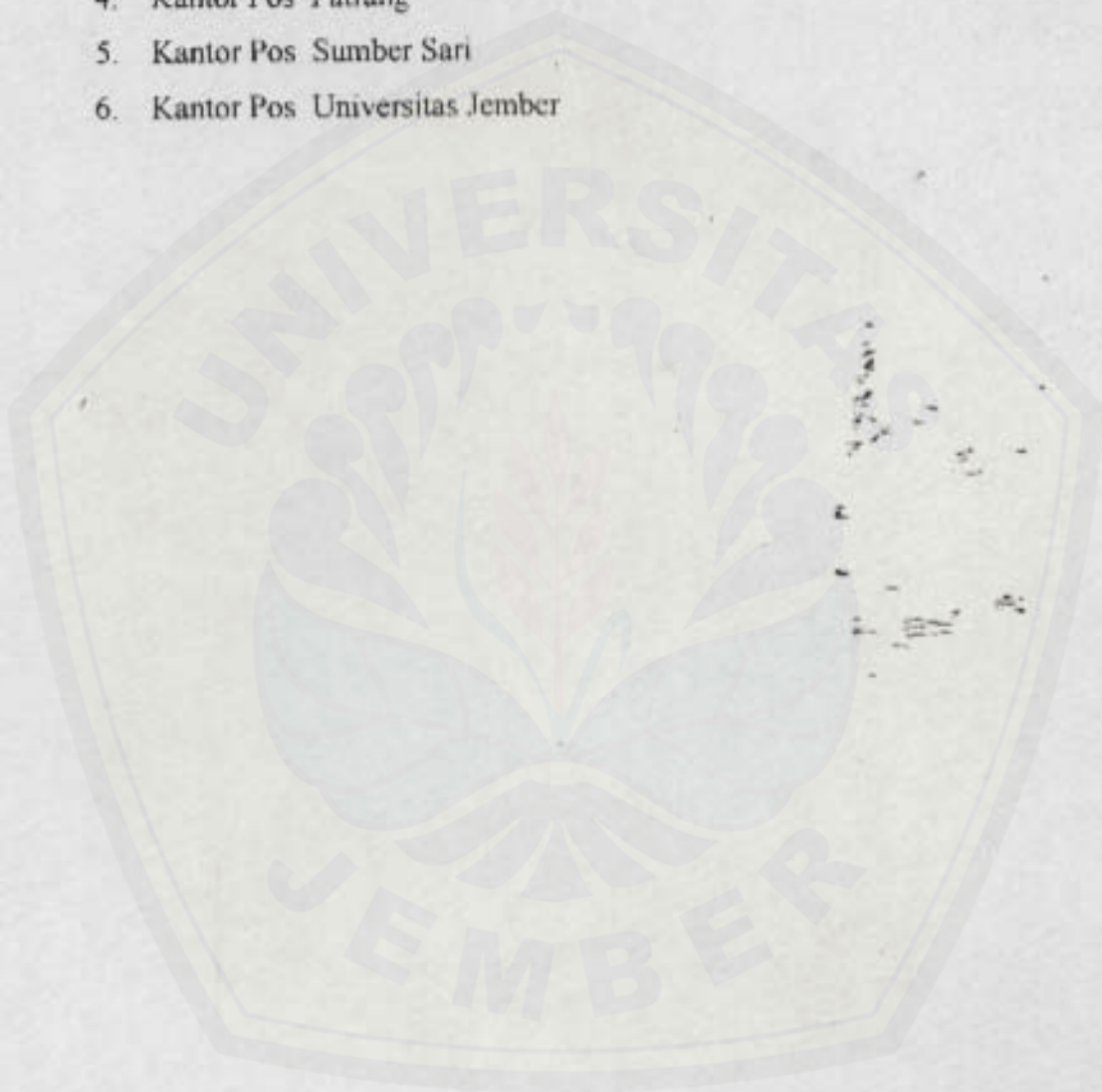
Untuk peningkatan jasa pelayanan pada masyarakat khususnya di Kota Jember maka, didirikan kantor pos cabang dan kantor pos tambahan, yang meliputi:

a. Kantor Pos Cabang

1. Kantor Pos Ambulu
2. Kantor Pos Bangsal
3. Kantor Pos Balung
4. Kantor Pos Gumuk Mas
5. Kantor Pos Jelbug
6. Kantor Pos Jenggawa
7. Kantor Pos Kalisat
8. Kantor Pos Kasiyan
9. Kantor Pos Kencong
10. Kantor Pos Ledokombo
11. Kantor Pos Mayang
12. Kantor Pos Mumbul Sari
13. Kantor Pos Panti
14. Kantor Pos Rambipuji
15. Kantor Pos Sempolan
16. Kantor Pos Sukowono
17. Kantor Pos Sumber Baru
18. Kantor Pos Tanggul
19. Kantor Pos Tempu Rejo
20. Kantor Pos Umbul Sari
21. Kantor Pos Wuluhan

b. Kantor Pos Tambahan

1. Kantor Pos Gebang
2. Kantor Pos Kebon Sari
3. Kantor Pos Kaliwates
4. Kantor Pos Patrang
5. Kantor Pos Sumber Sari
6. Kantor Pos Universitas Jember



BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari beberapa uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan, antara lain :

- a. PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember turut serta dalam pembangunan Republik Indonesia khususnya dunia telekomunikasi melalui pelayanan pos.
- b. PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember telah menerapkan pelayanan Express Mail Service.
- c. Kemampuan sumber daya manusia didalam perusahaan sangat menentukan dalam kemajuan PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember.
- d. Pengiriman pos internasional merupakan suatu usaha dari PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember.
- e. Mengetahui tipe perilaku konsumen menjadi hal yang penting bagi PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember untuk meningkatkan mutu pelayanan.
- f. Pengiriman pos internasional menjadi lancar apabila konsumen mentaati peraturan yang diberlakukan oleh PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember .
- g. Bermacam pengiriman pos internasional di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember berguna untuk memberikan pilihan kepada konsumen
- h. Kemampuan dan keterampilan karyawan dalam berbahasa Inggris menjadi kebutuhan yang mutlak bagi PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember.



5.2. Saran

Untuk meningkatkan mutu pelayanan pos di PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember, maka penulis memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak. Beberapa saran tersebut sebagai berikut :

- a. PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Jember perlu meningkatkan dan melengkapi sarana dan prasarana guna menunjang pelayanan pos.
- b. Meningkatkan hubungan yang selaras dan seimbang diantara karyawan untuk menciptakan suasana yang dinamis dan kekeluargaan.
- c. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia demi pengembangan perusahaan dalam jasa pelayanan pos.
- d. Membekali kemampuan dan keterampilan bahasa asing terutama bahasa Inggris kepada seluruh karyawan.
- e. Perlu ditingkatkannya ketepatan waktu dan kecepatan pelayanan pos.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 1993. "*Manajemen Pemasaran*". Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi.
- Kotz, Bernard. 1991. "*Bagaimana Memasarkan Jasa Profesional*". Jakarta : PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Ball, Donald A. dan Mc Culloch, Wendell H. 2000. "*Business International*". Jakarta : Salemba Empat.
- Drs. Sjamsuri, MM. 2004. "*Manajemen Sumber Daya Manusia*".
Edwin B. Flipppo. "*Manajemen Personalia*". Penerbit Erlangga.
- Drs. A.A. Anwar Praba Mangkunegara. 1998. "*Perilaku Konsumen*". Bandung : PT. Fresco.
- Sutisna, SE, ME dan Prof. Dr. Teddy Pawitra. "*Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*". Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Penilaian PKN
2. Struktur Organisasi Kantor Pos Cabang Jember 68100
3. Daftar Pengantar Kiriman Paket Pos (Pp 8)
4. Daftar Paket Pos (Pp 9)
5. Pas Pengantar Kiriman Surat Pos dan Kiriman Pos paket (R 6)
6. Bukti Serah Kiriman Surat Pos dan Kiriman Pos paket (R 7)
7. Tarif Volumetrik Layanan International EMS
8. Tarif EMS dalam Dollar AS
9. Berat dan Ukuran Kiriman EMS
10. EMS Speedpost (EMS - 14 DN)
11. EMS Internasional (EE 110952635)
12. Bukti Pengiriman Pos Express (ML 01842441710)
13. Tanda Terima Pengiriman Paket

Lampiran 1

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL RI
PROGRAM D-III BAHASA INGGRIS
FAKULTAS SAstra
UNIVERSITAS JEMBER
Kampus Tegal Boto Jl. Jawa 19 Jember 68121 Telp.(0331)337188
Fax.(0331)332738

LEMBAR PENILAIAN PKN

Nama Mahasiswa : Evie Novindari
NIM : 020103101047
Jurusan : D III Bahasa Inggris
Tempat/tanggal lahir : Banyuwangi, 3 November 1983
Tempat PKN : PT. POS INDONESIA Cabang Jember
Lama PKN : 30 hari
Nama Instruktur lapangan : Mochamad Zaenuri

| NO | PENILAIAN | NILAI |
|----|-----------------------|-------|
| 1 | Kemampuan | 85 |
| 2 | Penampilan | 83 |
| 3 | Inisiatif | 83 |
| 4 | Sikap dan Kepribadian | 84 |
| 5 | Kedisiplinan | 83 |
| 6 | Tanggung Jawab | 84 |
| | Jumlah | 500 |
| | Rata-rata | 83,33 |

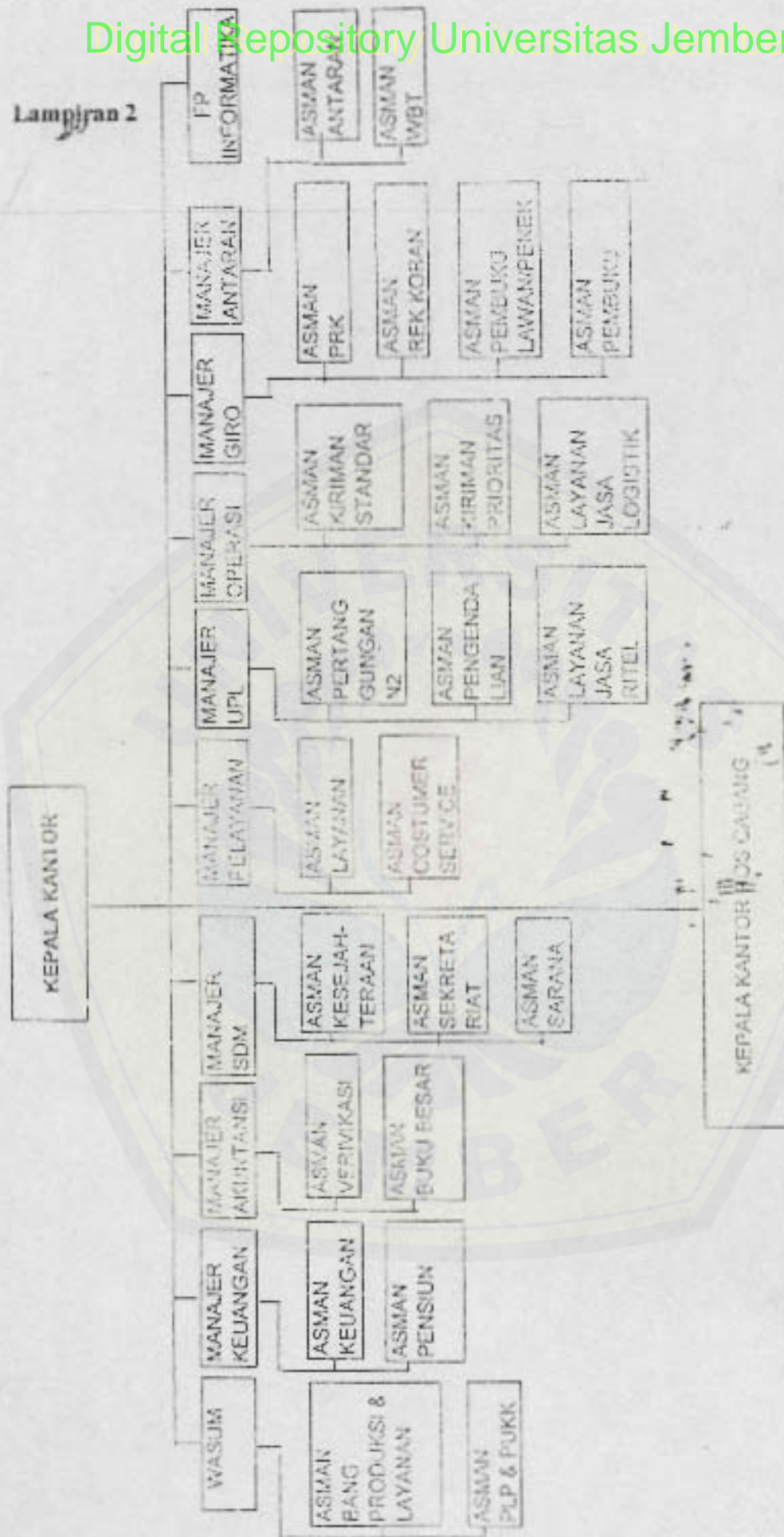
Catatan :
Rentangan nilai 10-100

Jember, 30 Juni 2005
Penanggung Jawab
Manajemen SDM

Mochamad Zaenuri
Nippos 952079604

STRUKTUR ORGANISASI KANTOR POS JEMBER 68100

Lampiran 2



Peretapan jumlah Manajer dmik surat Kawilpos VII Surabaya
 Tanggal 15 Mei 2002 Nomor 2528/SDM-1/2

Lampiran 3

P.18





DAFTAR PENGANTAR KIRIMAN - PAKET POS

NOMOR
 DARI :
 UNTUK :
 KANTONG NOMOR :

KANTOR KIRIM KANTOR TERIMA

| Nomor Urut | Kantor Asal | Nomor Paketpos | Kantor Tujuan | Berat Paketpos | Dasar Uang | | | | Keterangan |
|------------|-------------|----------------|---------------|----------------|------------------|---------|------------|--------------------|------------|
| | | | | | Harga Tanggungan | Tebusan | Bea-Pabean | Ungkos ongkos lain | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | | |
| 6 | | | | | | | | | |
| 7 | | | | | | | | | |
| 8 | | | | | | | | | |
| Jumlah : | | | | | | | | | |

Kantor kirim
Ka.Kp

Kantor terima
Ka.Kp

.....
Nippos

.....
Nippos

Lampiran 4

Pp 9



PAKET POS

PpS No. Tngl Bersi PP .

Berat kantong pp kg. nomor kantong

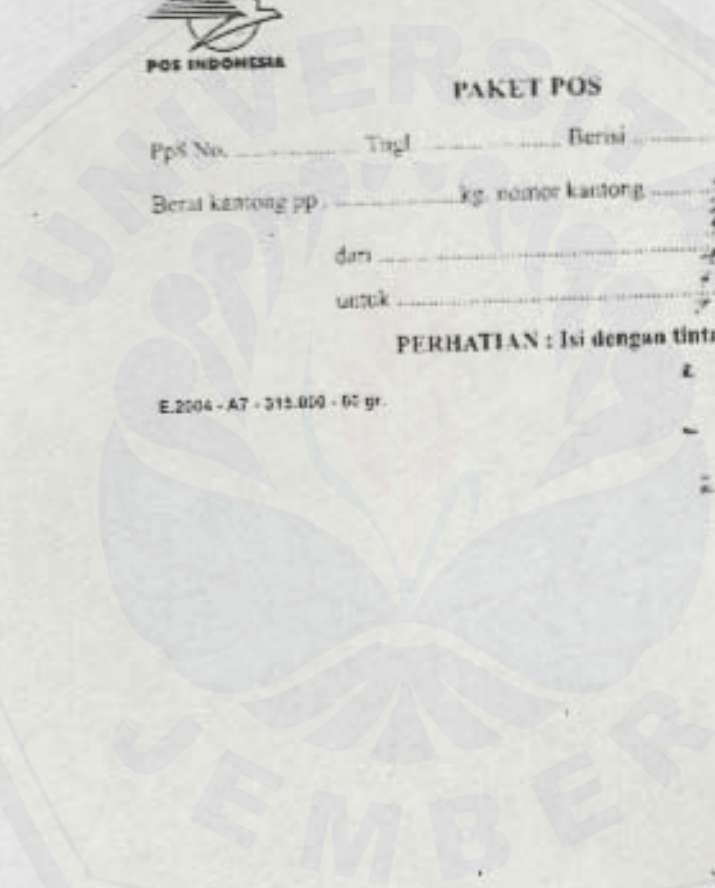
dari

untuk

PERHATIAN : Isi dengan tinta.

E.2004 - A7 - 315.000 - 02 gr.

AN/2004



Lampiran 7



Kepada

1. Kawilpos I s.d. XI
2. Para Ka. UPT Jaringan EMS

SURAT EDARAN

Nomor : SE-31/Dirop/0404
Lampiran : 1 (satu) lembar

TENTANG :

TARIF VOLUMETRIK LAYANAN INTERNATIONAL EXPRESS MAIL SERVICE

1. Menunjuk Surat Edaran nomor SE-68/Dirop/0503 tanggal 26 Mei 2003 tentang Petunjuk Pelaksanaan Layanan International Express Mail Service pada pasal 3 Tarif dan Pelunasan Bea Pengiriman disebutkan bahwa bea-bea lain meliputi tarif volumetrik akan ditetapkan pengaturan lebih lanjut. Guna meningkatkan pendapatan EMS dan mengantisipasi adanya biaya tambahan dari angkutan penerbangan maka ditetapkan tarif volumetrik melalui surat edaran ini.
2. Penetapan tarif volumetrik harus tetap memperhatikan ketentuan berat maksimal dan ukuran sebagaimana dasar pada lampiran 1 Surat Edaran No. 68/Dirop/0803 tentang Berat dan Ukuran Kiriman EMS disebutkan terdapat 52 (lima puluh dua) negara tujuan kiriman EMS dengan berat maksimal tertentu dengan 2 (dua) tipe ukuran yaitu :
 - a. Tipe A adalah jumlah panjang + lebar + tinggi tidak lebih dari 90 cm, ukuran terbesar tidak lebih dari 60 cm. Dalam bentuk gulungan panjang + dua kali garis tengah tidak lebih dari 104. Ukuran terbesar tidak lebih dari 90 cm.
 - b. Tipe B adalah jumlah lebar + 2 (tinggi dan panjang) tidak lebih dari 300 cm, ukuran terbesar tidak lebih dari 150 cm.
3. Tarif volumetrik diberlakukan apabila perbandingan antara bentuk dan berat tidak proporsional atau wajar. Berat proporsional atau wajar adalah apabila berat kiriman lebih rendah bila dibandingkan hasil perhitungan berat berdasarkan volumetrik. Apabila tarif berdasarkan berat kiriman lebih besar dari tarif berdasarkan perhitungan volumetrik maka tarif yang digunakan adalah tarif menurut berat kiriman.
4. Rumus penetapan tarif volumetrik adalah

$$\frac{\text{Panjang (cm)} \times \text{Lebar (cm)} \times \text{Tinggi (cm)} \times 1 \text{ kg}}{6.000} = \dots \text{ Kg}$$

Dari hasil perhitungan penetapan berat berdasarkan volumetrik maka dapat ditetapkan tarif yang dipungut kepada pengirim EMS.

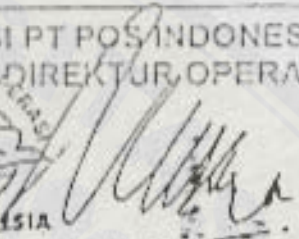
5. Saran dan pertanyaan berkaitan dengan edaran ini agar disampaikan kepada Manager Operasi dan Pengembangan Bisnis Pos Internasional Bandung dengan telepon nomor 022 -- 4213126 atau fax nomor 022-4238937.
6. Diminta kepada Saudara agar Surat Edaran ini diinformasikan kepada petugas terkait untuk dijadikan pedoman dalam pelaksanaan penerimaan layanan EMS.

Dikeluarkan di : Bandung
Pada tanggal : 6 April 2004

A.n. DIREKSI PT POS INDONESIA (PERSERO)

DIREKTORAT OPERASI
DIREKTUR OPERASI

POS INDONESIA


DJADJA SUHARDJA
NIPPOS 951007476

Tembusan :

1. Para Anggota Direksi di Bandung 40000
2. Para Pemangku Tingkat Jabatan 1 s.d. 4 di Kantor Pusat

Lampiran 8

Lampiran Keputusan Direksi
 Nomor : KD 35/DIRJIT/0702
 Tanggal : 5 Juli 2002

TARIF EXPRESS MAIL SERVICE (DALAM DOLLAR AS)

| NO | NEGARA TUJUAN | s/d 250 gr | | s/d 500 gr | | s/d 1.000 gr | | s/d 1.500 gr | | s/d 2.000 gr | | per 500 gr bentuk | |
|----|---------------------------------|------------|----|------------|----|--------------|----|--------------|----|--------------|----|-------------------|----|
| | | D | BD | D | BD | D | BD | D | BD | D | BD | D | BD |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| | Amerika Serikat (USA) | 11 | 13 | 14 | 17 | 21 | 24 | 29 | 32 | 36 | 39 | 43 | 47 |
| | Aljazair (Algeria) | 21 | 21 | 23 | 23 | 29 | 29 | 34 | 34 | 40 | 40 | 45 | 45 |
| | Arab Saudi (Saudi Arabia) | 13 | 13 | 15 | 15 | 18 | 18 | 22 | 22 | 26 | 26 | 30 | 30 |
| | Australia | 11 | 12 | 12 | 14 | 15 | 17 | 18 | 20 | 21 | 23 | 23 | 23 |
| | Austria | 12 | 15 | 14 | 18 | 19 | 23 | 24 | 28 | 29 | 33 | 33 | 33 |
| | Azerbaijan | 11 | 11 | 13 | 13 | 17 | 17 | 21 | 21 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| | Bahrain | 11 | 11 | 13 | 13 | 16 | 16 | 20 | 20 | 23 | 23 | 23 | 23 |
| | Bangladesh | 7 | 7 | 8 | 8 | 11 | 11 | 13 | 13 | 15 | 15 | 15 | 15 |
| | Belanda (Netherlands) | 17 | 20 | 20 | 23 | 26 | 28 | 31 | 34 | 36 | 39 | 39 | 39 |
| | Belgia (Belgium) | 15 | 16 | 18 | 18 | 23 | 23 | 27 | 27 | 32 | 32 | 32 | 32 |
| | Brazil (Brazilium) | 18 | 18 | 21 | 23 | 32 | 32 | 41 | 41 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| | Brunei Darussalam | 7 | 7 | 8 | 9 | 10 | 10 | 12 | 12 | 14 | 14 | 14 | 14 |
| | Denmark | 15 | 15 | 17 | 17 | 22 | 22 | 28 | 28 | 31 | 31 | 31 | 31 |
| | Denmark | 7 | 8 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 15 | 15 |
| | Filipina (Philippines) | 20 | 20 | 23 | 23 | 28 | 28 | 33 | 33 | 38 | 38 | 38 | 38 |
| | Filandia (Finland) | 7 | 8 | 8 | 9 | 10 | 11 | 13 | 13 | 15 | 15 | 15 | 15 |
| | Hongkong | 8 | 10 | 9 | 12 | 12 | 15 | 15 | 17 | 17 | 20 | 20 | 20 |
| | India | 17 | 17 | 20 | 20 | 25 | 25 | 31 | 31 | 37 | 37 | 37 | 37 |
| | Inggris (United Kingdom) | 8 | 8 | 10 | 10 | 14 | 14 | 18 | 18 | 22 | 22 | 22 | 22 |
| | Irak (Iraq) | 21 | 21 | 24 | 24 | 30 | 30 | 35 | 35 | 41 | 41 | 41 | 41 |
| | Irlandia (Ireland) | 19 | 19 | 21 | 21 | 27 | 27 | 32 | 32 | 37 | 37 | 37 | 37 |
| | Italia (Italy) | 5 | 5 | 6 | 6 | 8 | 8 | 10 | 10 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| | Jepang (Japan) | 17 | 19 | 20 | 21 | 25 | 25 | 30 | 30 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| | Jerman (Germany) | 18 | 18 | 20 | 20 | 23 | 23 | 27 | 27 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| | Kalifornia Baru (New Caledonia) | 7 | 7 | 8 | 8 | 11 | 11 | 13 | 13 | 15 | 15 | 15 | 15 |
| | Kamboja (Cambodia) | 14 | 14 | 17 | 17 | 23 | 23 | 28 | 28 | 33 | 33 | 33 | 33 |
| | Kanada (Canada) | 8 | 8 | 10 | 9 | 12 | 12 | 15 | 15 | 18 | 18 | 18 | 18 |
| | Korea Selatan (South Korea) | 8 | 8 | 10 | 9 | 12 | 12 | 15 | 15 | 18 | 18 | 18 | 18 |

TRIP-POS

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
|----|--|----|----|-----|-----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|
| 26 | Kuwait | 13 | 17 | 15 | 18 | 15 | 22 | 22 | 26 | 26 | 26 | 4 | 4 |
| 28 | Malakao (Malakao) | 7 | 10 | 8 | 11 | 11 | 13 | 13 | 15 | 15 | 17 | 2 | 2 |
| 29 | Malakao (Malakao) | 7 | 8 | 8 | 9 | 9 | 10 | 10 | 11 | 12 | 13 | 2 | 2 |
| 30 | Malaysia | 10 | 10 | 12 | 12 | 14 | 14 | 14 | 17 | 17 | 19 | 2 | 2 |
| 31 | Maladewa (Maladewa) | 15 | 15 | 17 | 17 | 21 | 21 | 26 | 26 | 30 | 30 | 5 | 5 |
| 32 | Mesir (Egypt) | 15 | 15 | 17 | 17 | 22 | 22 | 25 | 26 | 31 | 31 | 6 | 6 |
| 33 | Moskwa (Moscow/Russia) | 8 | 10 | 6 | 12 | 11 | 14 | 14 | 17 | 17 | 19 | 2 | 2 |
| 34 | Nepal | 18 | 18 | 21 | 21 | 27 | 27 | 30 | 30 | 30 | 30 | 5 | 5 |
| 35 | Nepal | 17 | 12 | 14 | 14 | 19 | 19 | 25 | 25 | 30 | 30 | 5 | 5 |
| 36 | Norwegia (Norway) | 8 | 11 | 9 | 12 | 12 | 12 | 15 | 15 | 18 | 21 | 3 | 3 |
| 37 | Pakistan | 8 | 10 | 5 | 12 | 12 | 14 | 14 | 17 | 17 | 19 | 3 | 3 |
| 38 | Papua Nugini (Papua New Guinea) | 13 | 16 | 16 | 19 | 21 | 24 | 27 | 30 | 32 | 35 | 6 | 6 |
| 39 | Parancis (France) | 11 | 11 | 14 | 14 | 19 | 19 | 24 | 24 | 28 | 29 | 5 | 5 |
| 40 | Polandia (Poland) | 16 | 19 | 19 | 19 | 24 | 24 | 30 | 30 | 36 | 36 | 6 | 6 |
| 41 | Portugal | 10 | 10 | 12 | 12 | 16 | 16 | 19 | 19 | 20 | 20 | 3 | 3 |
| 42 | Qatar | 9 | 9 | 11 | 11 | 15 | 15 | 19 | 19 | 23 | 23 | 4 | 4 |
| 43 | RRC (China) | 11 | 13 | 13 | 15 | 17 | 19 | 21 | 22 | 25 | 28 | 4 | 4 |
| 44 | Selandia Baru (New Zealand) | 7 | 8 | 8 | 9 | 9 | 10 | 10 | 11 | 11 | 12 | 1 | 1 |
| 45 | Singapura (Singapore) | 3 | 3 | 3,5 | 3,5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4,5 | 4,5 | 0,5 | 0,5 |
| 46 | Singapura (Singapore) | 11 | 11 | 13 | 13 | 18 | 18 | 22 | 22 | 27 | 27 | 6 | 6 |
| 47 | Sudun | 13 | 20 | 16 | 22 | 21 | 28 | 28 | 30 | 32 | 38 | 8 | 8 |
| 48 | Swedia (Sweden) | 17 | 17 | 19 | 19 | 25 | 25 | 30 | 30 | 35 | 35 | 6 | 6 |
| 49 | Swiss (Switzerland) | 7 | 10 | 5 | 11 | 11 | 14 | 14 | 16 | 16 | 18 | 3 | 3 |
| 50 | Taiwan | 7 | 8 | 8 | 8 | 8 | 10 | 11 | 11 | 12 | 13 | 14 | 14 |
| 51 | Thailand | 9 | 11 | 12 | 12 | 13 | 13 | 15 | 15 | 19 | 20 | 4 | 4 |
| 52 | Uni Emirat Arab (United Arab Emirates) | 7 | 10 | 8 | 11 | 11 | 10 | 12 | 12 | 15 | 14 | 3 | 3 |
| 53 | Vietnam | 7 | 10 | 8 | 11 | 11 | 10 | 12 | 12 | 15 | 14 | 3 | 3 |

A.N. DIREKSI PT POS INDONESIA (PERSIRI)

DIREKTUR UTAMA



PT POS INDONESIA
NIPPOS: 51100333

Lampiran 9

BERAT DAN UKURAN KIRIMAN EMS

Lamp 9

| NO | NEGARA | BERAT (KG) | UKURAN | KETERANGAN |
|----|-------------------|------------|--------|---|
| 1 | AMERIKA SERIKAT | 32 | A | A. Jumlah panjang + lebar + tinggi tidak lebih dari 90 cm ukuran terbesar tidak lebih dari 60 cm. Dalam bentuk pakat Panjang + dua kali persegi panjang tidak lebih dari 104 cm, ukuran terbesar + tebal tidak lebih dari 91 cm |
| 2 | ALJAZAIR | 20 | B | |
| 3 | ARAB SAUDI | 10 | A | |
| 4 | AUSTRALIA | 20 | A | |
| 5 | AUSTRIA | 20 | B | |
| 6 | AZERBAIJAN | 20 | B | |
| 7 | BAHRAIN | 20 | A | |
| 8 | BANGLADESH | 20 | A | |
| 9 | BELANDA | 20 | D | |
| 10 | BELGIA | 20 | A | |
| 11 | BRASIL | 20 | A | B. Jumlah sisi + 2 (tinggi dan panjang) tidak lebih dari 100 cm ukuran terbesar tidak lebih dari 150 cm |
| 12 | BRUNAI DARUSSALAM | 20 | B | |
| 13 | DENMARK | 20 | B | |
| 14 | FILIPINA | 20 | A | |
| 15 | FINLANDIA | 30 | D | |
| 16 | HONG KONG | 30 | A | |
| 17 | INDIA | 35 | A | |
| 18 | INGGRIS | 30 | B | |
| 19 | IRAK | 10 | A | |
| 20 | IRLANDIA | 30 | A | |
| 21 | ITALIA | 20 | A | |
| 22 | JEPANG | 30 | B | |
| 23 | JERMAN | 20 | B | |
| 24 | KALODONIA BARU | 20 | B | |
| 25 | KAMBOJA | 30 | B | |
| 26 | KANADA | 20 | B | |
| 27 | KOREA SELATAN | 30 | B | |
| 28 | KUWAIT | 30 | A | |
| 29 | MACAO | 20 | C | |
| 30 | MALAYSIA | 10 | A | |
| 31 | MALADEWA | 20 | B | |
| 32 | MESIR | 20 | A | |
| 33 | MOSKOW/RUSIA | 20 | A | |
| 34 | NEPAL | 10 | B | |
| 35 | NEGIRIA | 30 | B | |
| 36 | NORWEGIA | 20 | B | |
| 37 | PAKISTAN | 20 | B | |
| 38 | PAPUA NEW GUINEA | 20 | E | |
| 39 | PERANCIS | 20 | E | |
| 40 | POLANDIA | 20 | E | |
| 41 | PORTUGAL | 20 | A | |
| 42 | QATAR | 20 | A | |
| 43 | RRC | 20 | B | |
| 44 | SELANDIA BARU | 20 | A | |
| 45 | SINGAPURA | 10 | A | |
| 46 | SUDAN | 30 | E | |
| 47 | SWEDIA | 20 | B | |
| 48 | SWISS | 20 | B | |
| 49 | TAIWAN | 20 | A | |
| 50 | THAILAND | 30 | A | |
| 51 | UNI EMIRAT ARAB | 20 | B | |
| 52 | VIETNAM | 20 | B | |



Lampiran 13

PAKETPOS NO:
2786607

2786607

KEPADA (Penerima):
SMA/MA/MTs
ALUM/ALUMAT

Diku (Pengirim):

Convey

TANDA TANGAN & PENGESAHAN PENGIRIM:

PELAYAN YANG BERHAK:

Tempat Pengiriman

BERITA:

UKURAN & BERAT:

BIAYA PENGIRIMAN:

Tempat Pengiriman: Darat Laut

Tempat Tujuan: Kantor Tujuan



