

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Manusia pada dasarnya hidup berkelompok yang pasti komunikasi dilakukan secara sangat sederhana dengan menggunakan alat komunikasi yang tersedia pada saat itu. Komunikasi yang dilakukan secara lisan dilaksanakan melalui hubungan pribadi yaitu percakapan antara 2 orang atau lebih. Perposan dalam bentuk yang masih sederhana sudah terdapat sejak zaman kerajaan Mulawarman, Sriwijaya, Tarumanagara, Mataram, Purnawarman dan Majapahit. Perposan pada saat itu lebih tepatnya dinamakan komunikasi tertulis atau surat-menyurat. Pesatnya perkembangan teknologi membuat proses komunikasi menjadi lebih efisien, praktis, dan sederhana. Sebagai satu-satunya penyedia layanan informasi dan komunikasi, industri kantor pos juga mengalami kerugian dari pertumbuhan ini. Ketika era digital dimulai, industri pos berbalik 180 derajat. Untuk menghindari kewalahan oleh kemajuan teknologi, mereka harus terus menyesuaikan strategi bisnis mereka. Seperti Pos Amerika Serikat (USPS) yang kinerja mereka terus menurun dimulai tahun 2006. Sejak saat itulah, USPS terus mengalami penurunan. Pada tahun 2014, tingkat pertumbuhan melebihi \$5 juta USD. Lebih efektif dikomunikasikan oleh Japan Post Group, sebuah perusahaan pos Jepang. Japan Post Holdings memulai debutnya di Fortune 500 di posisi 38 pada tahun 2015, setidaknya sebagian. Perusahaan dapat menerima pembayaran hingga 129,7 juta dolar dan 4,39 juta dolar (Laporan Tahunan Pos Indonesia tahun 2018). Ini tentu membawa kesulitan, tetapi mereka yang terlibat terus menghidupkan bisnis mereka. Mereka sekarang memegang posisi teratas dalam industri logistik global.

Bagaimana kabar PT.Pos Indonesia? Tahun-tahun puncak bisnis PT.Pos Indonesia adalah antara tahun 2000 dan 2008. Bisnis penjualan surat pada masa itu membawa malapetaka. Maraknya layanan pesan singkat (SMS) menggantikan peran "Pak Pos" melalui ponsel dan internet. Banyaknya lokasi pelayanan yang ditawarkan yaitu 24.000 titik atau lebih dari Sabang-Merauke membuat PT Pos sering sekali disebut sebagai "raksasa". Tapi tidak ada yang benar-benar membantu banyak. Sebagai "raksasa",

BUMN mulai berjuang melawan kerugian. Mereka berada dalam fase kritis ini setiap tahun. PT Pos saat ini bergerak di bidang tidur dan dengan sigap menjalin kerjasama dengan USPS yang utamanya bergerak di bisnis pengiriman paket dan surat.. PT. Pos Indonesia Sebagai salah satu BUMN (Badan Usaha Milik Negara) memiliki keistimewaan dengan banyaknya layanan kantor cabang yang bahkan dapat menjangkau ke seluruh pelosok Indonesia. Oleh karena itu, semua orang dapat mengirim surat ke seluruh wilayah Indonesia dengan menggunakan kurir yang sering disebut dengan “tukang pos”. PT.Pos Indonesia memiliki ribuan kantor yang tersebar di seluruh kecamatan di Indonesia . Akan tetapi, Banyak perubahan yang terjadi dalam bisnis penjualan surat-menyurat saat ini akibat banyaknya konsumen yang berhenti membeli surat dan justru menggunakan jasa kurir untuk melakukan transaksi jual beli barang berbahaya. Teknologi yang semakin canggih dan lebih mudah diakses oleh banyak orang menjadi faktor mengapa banyak orang sudah tidak lagi mengirim surat melalui pos. Teknologi yang sangat canggih di masa sekarang pula yang membuat semakin banyak orang melakukan transaksi perdagangan secara dariing. Oleh karena itu, jika PT.Pos Indonesia ingin sukses, mereka harus menawarkan lebih banyak layanan pos untuk pengiriman barang atau logistik. PT.Pos Indonesia juga harus mengubah rutinitasnya untuk melaksanakan tingkat pengiriman logistik yang diperlukan di daerah - daerah yang warganya sudah mulai melakukan transaksi yang bersifat dariing.

Gilarsi Wahju Setijono, mantan kepala Direktur Jenderal PT.Pos Indonesia, mengakui keseriusan tantangan yang digunakan perusahaan saat ini. Mulai dari perubahan model bisnis pengiriman dokumen dan logistik hingga janji PT.Pos Indonesia untuk menyediakan pendanaan, semuanya dilakukan agar perusahaan dapat tetap beroperasi dengan aman dengan tetap melayani kepentingan masyarakat Indonesia. Gilarsi mengatakan, PT.Pos Indonesia melakukan praktik bisnis "pancaroba" untuk pengiriman paket. Sebagai catatan pembicara, sebelumnya beberapa bisnis menerima hibah dari pemerintah, seperti salah satu bisnis yang dipilih untuk menangani pengiriman surat menyurat ke kantor pemerintah. Namun, saat ini setiap kantor pemerintah dilengkapi dengan perusahaan yang akan digunakan untuk

pengiriman paket. Akan tetapi Gilarsi mengaku kesal karena pertumbuhan internet yang menyebabkan pertumbuhan ekonomi yang terasa cepat namun berpotensi membuka peluang baru bagi PT.Pos Indonesia. Warisan PT.Pos Indonesia yang sangat berharga sebagai kurir surat dan dokumen, kini dapat digunakan kembali. Namun, Masalah yang dihadapi adalah bagaimana memanfaatkan Kondisi saat ini untuk memanfaatkan peluang yang diberikan oleh perdagangan berani yang aktif dan berbahaya yang terjadi saat ini. Karena tidak dimaksudkan untuk mengakui era modern seperti ini ketika PT.Pos Indonesia didirikan di Batavia pada 26 Agustus 1746.

PT. Pos Indonesia (Persero) sering mengalami penurunan kinerja operasi selama tahun 2000 dan 2007. Situasi bisnis pada tahun-tahun tersebut sangat drastis. Memanfaatkan satu nomor telepon untuk ponsel dan internet menggantikan nomor telepon per orang. Alhasil, pasar PT .Pos Indonesia terus tumbuh. Demikian juga persaingan kiriman barang dengan para perusahaan kurir swasta. Hal inilah yang mendorong PT.Pos Indonesia (Persero) untuk memperluas dan melakukan transformasi bisnis. Perjalanan PT Pos membahas perubahan menyeluruh di dunia yang dialami bangsa lain. Setelah berganti nama dari Perum menjadi PT pada tahun 1995, PT.Pos Indonesia “dilepaskan” oleh pemerintah untuk memajukan kepentingannya sendiri sebagai bagian dari komitmen kawasan ASEAN untuk meliberalisasi sektor transportasi. Pemain lokal dan asing tumbuh subur di industri logistik di era digital yang berkembang pesat. Mereka masih belum sepenuhnya berkembang; mereka terseok-seok sampai terpuruk. Sejak tahun 2000, gelombang ke terpurukan PT Pos telah terjadi. Antara tahun 2004 dan 2008, pendapatan PT Pos melebihi Rp 606,5 juta. Kondisi PT Pos yang cepat beradaptasi dengan perubahan dunia selaras dengan praktik bisnis yang memungkinkan terjadinya insiden korupsi, apalagi yang menimpa BUMN tunggal terbesar di tanah air pada pertengahan tahun 2008. Mantan Direktur Utama Pos Indonesia Hana Suryana harus turun jabatan karena kasus korupsi yang terkait penyalahgunaan dana operasional dan dana non operasional Kantor Pos wilayah IV DKI Jakarta, beliau menyelesaikan Masalah ini pada periode 2003 - 2005. Tahun 2008 adalah titik ujung nasib dari PT Pos. yang mana nasib salah satu BUMN ini mulai berubah setelah adanya perbedaan bisnis kantor pos melalui

hadirnya (Undang-Undang No 38 tahun 2009, tentang kantor Pos. Sejak tahun itu, PT Pos Indonesia mulai bangkit dari ketidakmampuannya. Transformasi yang dilakukan PT Pos antara lain adalah dengan menciptakan holding company, revitalisasi bisnis utama, dan mengembangkan bisnis-bisnis baru yang mulai menunjukkan taringnya.

Sejak tahun 2009 hingga tahun 2018, manajemen terus berupaya mengembangkan kapabilitas perusahaan agar lebih tanggap terhadap perubahan dunia. Hal ini dilakukan melalui berbagai program transformasi internal dan inisiatif bisnis. Pesatnya perkembangan teknologi membuat proses komunikasi menjadi lebih efisien, praktis, dan sederhana. Sebagai satu-satunya penyedia layanan informasi dan komunikasi, industri POS juga mengalami kerugian dari pertumbuhan ini. Salah satu isu yang diwaspadai perseroan adalah maraknya transaksi provider *payment point online bank* (PPOB) yang terjadi ketika transaksi berbasis provider *payment point online bank* (PPOB) dalam jumlah besar. Oleh karena itu, mengingat maraknya pertumbuhan bisnis yang memberikan tekanan pada pasar yang semakin kompetitif, pada tahun 2019 PT.Pos Indonesia (Persero) akan melakukan transformasi dan melakukan perubahan lanskap bisnis agar tetap dapat memiliki daya saing yang kuat untuk bersaing dengan seluruh kompetitor bisnisnya.

Sebagai salah satu BUMN yang terafiliasi dengan Perseroan Terbatas maka PT. Pos Indonesia (Persero) menginformasikan Undang - Undang No. 40 Tahun 2007 yaitu tentang Perseroan Terbatas Selain itu juga, PT.Pos Indonesia (Persero status) sebagai salah satu BUMN yang lemah di bidang komunikasi bisnis, logistik, dan perbankan juga dituntut untuk mematuhi berbagai aturan perundang-undangan. d i antaranya sebagai berikut:

- Undang - Undang No.19 tahun 2003 tentang BUMN;
- Undang - Undang No.38 tahun 2009 tentang Pos;

Terlepas dari kenyataan bahwa perdagangan baru-baru ini mulai memberikan kontribusi kecil sekitar dua persen terhadap perekonomian Indonesia, hal itu u telah memberikan efek peredaman yang signifikan bagi PT.Pos Indonesia. Namun, PT.Pos Indonesia terus menggabungkan bisnis jangka panjangnya dengan Kondisi pasar saat ini daripada meninggalkannya. Gilarsi memastikan PT. Pos Indonesia sudah berupaya

berbenah dan menyiapkan diri untuk tetap sesuai dengan memahami kelompok generasi yang akan menjadi pengguna layanan jasa kurir di era millennial seperti saat ini . Sangat penting untuk memenuhi kebutuhan pos Generasi Y dan millennial yang sangat aktif dalam gaya hidup digital. Jika melihat kredensial PT.Pos Indonesia, kita mungkin bisa menyimpulkan bahwa perusahaan akan berjuang untuk bertahan jika tidak mampu beradaptasi dengan gaya hidup digital yang berkembang pesat. Bagaimana pun, jika PT. Pos Indonesia mampu memahami kebutuhan pelanggan yang membutuhkan kecepatan mengingat gaya hidup digital harus sederhana, praktis, aman , dan terjangkau. Mencermati apa yang dilakukan manajemen PT.Pos Indonesia , terlihat jelas bahwa dunia usaha tanah air sangat prihatin dengan kemajuan teknologi yang mengancam sektor usaha kecil yang telah mapan sebelumnya. Secara lugas, PT.Pos Indonesia mencermati bagaimana perubahan perilaku konsumen akibat penggunaan teknologi, dengan sejumlah inisiatif yang mengancam model bisnisnya yang berbasis teknologi telematika. Teknologi yang perkembangannya sangat cepat sehingga menuntut produk maupun layanan dari PT.Pos Indonesia harus mulai memahami dan menggunakan jasa online antar titik layanan , real time jejak lacak pengiriman barang, hingga real time terhadap respon komplain konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang ditulis diatas, penulis tertarik untuk membahas lebih dalam mengenai PT.Pos Indonesia, terutama mengenai perkembangannya pada masa sekarang dan bagaimana harapan PT.Pos Indonesia kedepannya. oleh karena itu, penulis mencoba untuk menulis sebuah penelitian yang berjudul “Perkembangan PT.Pos Indonesia dan Implementasi Pelayanannya di Kantor Pos Tingkat Cabang (2015-2022)” .

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ditulis di atas , penulis mencoba untuk merumuskan beberapa rumusan Masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Bagaimana sejarah singkat dari PT.Pos Indonesia?
2. Bagaimana perkembangan dari PT.Pos Indonesia dari tahun 2015-2022?
3. Bagaimana implementasi dari kebijakan dan pelayanan PT.Pos Indonesia

di Kantor Pos Cabang Sarijadi Kota Bandung?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan “Perkembangan PT.Pos Indonesia dan Implementasi Pelayanannya di Kantor Pos Tingkat Cabang (2015-2022)”. Selain itu, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan atas rumusann Masalah yang di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan sejarah singkat dari PT.Pos Indonesia.
2. Menganalisis perkembangan Perkembangan PT.Pos Indonesia dari tahun 2015-2022.
3. Mendeskripsikan implementasi dari kebijakan dan pelayanan PT.Pos Indonesia di Kantor Pos Cabang Sarijadi Kota Bandung.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat bagi beberapa pihak. Adapun Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagi Program Studi (Prodi):

1. Dapat menjadi salah satu referensi bagi mahasiswa/i yang ingin menulis tentang perkembangan pos di Indonesia.
2. Memberikan informasi mengenai sejarah singkat dan perkembangan PT.Pos Indonesia.

Bagi PT .Pos Indonesia:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu acuan bahan pertimbangan PT.Pos Indonesia dalam melakukan kebijakan-kebijakan kedepannya.
2. Menjadi gambaran mengenai perkembangan PT. Pos Indonesia pada masa sekarang.

Bagi Masyarakat:

1. Menjadi sumber informasi dan wawasan mengenai perkembangan PT.Pos Indonesia



