

**LAPORAN KERJA PRAKTIK / MAGANG**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA LAYANAN KURIR DAN  
LOGISTIK PT. POS INDONESIA (PERSERO) CABANG UTAMA  
KARAWANG**

**Disusun Oleh :**

**Aditya Djanuar Rivai**

**NPM : 16118060**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN LOGISTIK  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN LOGISTIK INDONESIA  
BANDUNG**

**2022**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA LAYANAN KURIR DAN  
LOGISTIK PT. POS INDONESIA (PERSERO) CABANG UTAMA  
KARAWANG**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK / MAGANG**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Logistik, Sekolah  
Tinggi Manajemen Logistik (STIMLOG)

**Disusun Oleh :**

**Aditya Djanuar Rivai**

**NPM : 16118060**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN LOGISTIK  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN LOGISTIK INDONESIA**

**BANDUNG**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

Naskah Laporan Kerja Praktik / Magang oleh mahasiswa:

Nama : Aditya Djanuar Rivai

NPM : 16118060

Telah dipertahankan di depan penguji Prodi Manajemen Logistik STIMLOG di Bandung:

Hari/Tanggal : Kamis / 11 Agustus 2022

Jam : 20:00 WIB

Menyetujui,  
Dosen Pembimbng

(.....)

Kartika Senja Widyawati, SM., MM.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas berkat karunia serta Kesehatan yang dilimpahkan pada penulis dapat melakukan kerja praktik secara langsung ke lapangan selama dua bulan.
2. Bapak Dr. Ir. Suntoro, M.T selaku ketua Prodi Manajemen Logistik.
3. Ibu Kartika Senja Widyawati, SM., MM. selaku pembimbing.
4. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Manajemen Logistik.
5. Ibu Indri Suci Prariwi selaku Account Executive yang telah membimbing saya sebagai pembimbing lapangan di Perusahaan.
6. Bapak Yohanes Teguh Santoso selaku Kepala Kantor Pos Karawang.
7. Bapak Teguh Joko Santoso selaku Manajer Penjualan.
8. Bapak Toni Edhy Sahroni selaku Account Executive
9. Ibu Erna Juniawati selaku Account Executive
10. Bapak Rudini Hermansyah selaku Account Executive
11. Bapak Ari Lukman selaku Account Executive
12. Ibu Astri selaku SDM yang telah bersedia menerima saya untuk kerja praktik/magang di Kantor Pos Karawang.
13. Seluruh jajaran staff karyawan Kantor Pos Karawang yang telah menerima dan membina saya selama saya melakukan kerja praktik/magang.
14. Teman kerja Baihaki Nasai Sazali dan beserta teman angkatan 2019 yang sedang berjuang dalam program magang.

## **ABSTRAK**

Laporan Kerja Praktik (KP/M) ini merupakan hasil penelitian “Analisis Strategi Pemasaran Pada Layanan Kurir dan Logistik PT. Pos Indonesia (PERSERO) Cabang Utama Karawang”. Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui permasalahan dalam proses Penjualan Kurir dan Logistik di Pos Cabang Utama Karawang menggunakan metode deskriptif analisis dan solusi penyelesaiannya.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis yang dilakukan untuk mendeskripsikan berbagai masalah yang ditemukan di tempat kerja agar dapat dilakukan perbaikan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah melalui wawancara serta fakta yang ada di lapangan.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, diperoleh beberapa masalah selama proses kerja di bagian proses operasi. Namun salah satu masalah utama adalah adanya keterlambatan pengiriman barang, masalah inilah yang nantinya akan menimbulkan dampak yang besar bagi perusahaan.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatnya, penulis mampu menyelesaikan laporan kerja praktik / magang guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana.

Adapun laporan kerja praktik / magang ini telah penulis susun sebaik mungkin, dan dengan dibantu oleh berbagai pihak, sehingga penyusunan tugas besar ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Untuk itu, kami tidak lupa menyampaikan terimakasih kepada :

1. Ibu Kartika Senja Widyawati, S.M.,MM. selaku dosen pembimbing.
2. Ibu Indri Suci Pratiwi selaku Account Axecutive yang telah membimbing saya sebagai pembimbing lapangan di Perusahaan.

Yang telah membimbing penulis dengan sangat sabar, sehingga dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan baik, benar, dan tepat pada waktunya.

Menyadari bahwa akan adanya kekurangan, baik dari segi penggunaan kosakata, tata bahasa, cara penulisan, dan kekurangan lainnya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritikan dan saran dari pembaca guna untuk memperbaiki, dan meningkatkan kualitas laporan magang ini, sehingga lebih baik lagi dan menjadi perbaikan bagi penulis untuk membuat tugas ataupun laporan lainnya dimasa yang akan datang.

# DAFTAR ISI

|   |   |
|---|---|
| HALAMAN PENGESAHAN .....  | 1 |
| SURAT PERNYATAAN .....  | 1 |
| UCAPAN TERIMAKASIH .....  | 2 |
| ABSTRAK .....   | 3 |
| KATA PENGANTAR .....  | 4 |
| DAFTAR ISI .....  | 5 |
| DAFTAR GAMBAR .....   | 6 |
| DAFTAR LAMPIRAN .....   | 7 |
| BAB I .....   | 1 |
| PENDAHULUAN .....   | 1 |
| 1.1. Gambaran umum perusahaan .....   | 1 |
| 1.1.1. Visi .....   | 2 |
| 1.1.2. Misi .....   | 2 |
| 1.2. Sejarah Perusahaan .....   | 2 |
| 1.3. Struktur Organisasi Perusahaan .....                                       | 4 |
| 1.4. Jobdesk .....  | 5 |
| 1.4.1. Executive General Manager Kantor Pos .....                               | 5 |
| 1.4.2. SDM (Sumber Daya Manusia) .....  | 6 |
| 1.4.3 Manajer Pengawasan Unit Pelayanan Luar .....                              | 6 |
| 1.4.4 Keuangan .....  | 7 |
| 1.4.5 Akuntansi .....   | 7 |
| 1.4.6 Operasi .....   | 8 |
| 1.4.7 Manajer Penjualan Korporat .....  | 8 |
| BAB II .....  | 1 |
| PROSES KERJA .....  | 1 |
| 2.1 Flowmap Proses Distribusi .....   | 1 |
| 2.2 Ruang Lingkup .....   | 1 |
| 2.3 Flowcart Proses Kerja .....   | 2 |
| BAB III .....   | 1 |
| ANALISIS MASALAH DAN PEMECAHAN MASALAH .....                                    | 1 |
| 3.1 Jastifikasi Permasalahan yang ada selama KP/M .....                         | 1 |
| 3.1.1 Kurangnya strategi pemasaran yang dimiliki .....                          | 3 |
| 3.1.2 Memerlukan adanya ide-ide kreatif pada strategi .....                     | 3 |
| 3.1.3 Kualitas pemasaran dan penjualan pada produk dan jasa tetap terjaga ..... | 3 |
| 3.2 Pemecahan Masalah diformulasikan Secara Deskriptip Analisis .....           | 4 |
| 3.2.1 Man Power .....   | 4 |
| 3.2.2 Machine .....   | 4 |
| 3.2.3 Method .....  | 4 |
| 3.2.4 Material .....  | 4 |
| 3.2.5 Mother Nature .....   | 5 |
| 3.2.6 Measurement .....   | 5 |
| 3.3 Berikut cara mengoptimalkan kinerja karyawan .....                          | 5 |
| Bab IV .....  | 1 |
| Penutup .....   | 1 |
| 4.1 Diskripsi KP/M .....  | 1 |
| 4.2 Lampiran-lampiran .....   | 2 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| gambar 1. 1 Logo Pos .....                                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| gambar 1. 2 Kantor Pos Cabang Utama Karawang .....        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| gambar 1. 3 Struktur Organisasi .....                     | 5                                   |
| gambar 1. 4 Alamat Kantor Pos Cabang Utama Karawang ..... | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| gambar 2. 1 Flowchart Proses Distribusi.....              | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| gambar 2. 2 Flowchart Proses Kerja.....                   | 2                                   |
| gambar 3. 1 Diagram Tulang Ikan .....                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| gambar 4. 9 Pengemasan barang ke India.....               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| gambar 4. 10 Pick Up dan Pengiriman PKS Bank Mandiri..... | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| gambar 4. 11 Pick Up dokumen Bank Muamalat.....           | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| gambar 4. 12 Pick Up STNK Samsat.....                     | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| gambar 4. 13 Penyerahan kiriman paket dari Telkomsel..... | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |



## DAFTAR LAMPIRAN

gambar 4. 1 Progress Laporan Bimbingan ..... **Error! Bookmark not defined.**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Gambaran umum perusahaan

Pos Indonesia merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak di bidang layanan pos. Saat ini, bentuk badan usaha Pos Indonesia merupakan Perseroan Terbatas dan sering disebut dengan PT. Pos Indonesia. Bentuk usaha Pos Indonesia ini berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1995. Peraturan Pemerintah tersebut berisi tentang pengalihan bentuk awal Pos Indonesia yang berupa perusahaan umum (perum) menjadi sebuah perusahaan persero.



*Gambar 1. 1 Logo Pos*

Sejarah PT. Pos Indonesia (Persero) pertama kali didirikan pada tanggal 26 Agustus 1746 oleh Gubernur Jenderal G.W. Barron Van Inhoff di Jakarta pada masa kolonial Belanda. Seiring perkembangan Kantor Pos, tepatnya setelah ditemukannya sebuah teknologi telegraf dan telepon pada tahun 1907 dibentuklah jawatan Pos, Telegraf dan Telepon (Jawatan PTT). Jawatan ini terbentuk dari berbagai perusahaan pemerintah kolonial Belanda yang didasarkan dalam UU Perusahaan Negara Hindia Belanda. Pada tahun 1922, kantor Jawatan Pos, Telegraf dan Telepon (Jawatan PTT) yang berkedudukan di Weltevreden (Gambir) mulai dipindahkan ke gedung BOW yang sekarang berubah menjadi gedung Dinas Pekerjaan Umum di Kota Bandung.

Kekuasaan Belanda di ambil alih oleh Jepang saat tiba di Indonesia yang menyebabkan adanya perubahan struktur organisasi Jawatan. Dari struktur organisasi yang dibuat oleh pemerintah militer Jepang, Jawatan pos, telegraf, dan telepon (PTT) ini terbagi menjadi 3 bagian, yaitu Jawatan PTT Jawa, Jawatan PTT Sulawesi, dan Jawatan PTT Sumatera (posindonesia.co.id, 2021).

Dalam Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 19 Tahun 1960, PTT memenuhi syarat untuk berubah nama atau status menjadi Perusahaan Negara (PN). Kemudian berdasarkan PP No. 24 Tahun 1961, status Jawatan PTT berubah dan berganti nama menjadi Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Selanjutnya berdasarkan PP No. 29 Tahun 1965, PN Postel ini memaksimalkan kinerjanya dengan membagi menjadi dua perusahaan, yaitu Perusahaan Negara Telekomunikasi dan Perusahaan Negara Pos & Giro. Pada tahun 1969, BUMN terbagi menjadi tiga bentuk perusahaan, yaitu Perusahaan Jawatan (Perjan), Perusahaan Umum (Perum), dan Perusahaan Perseroan (Persero) yang dicantumkan pada Undang-Undang No. 9 Tahun 1969. Lalu, Perum Pos dan Giro diatur dalam PP No. 19 Tahun 1978 yang telah di update menjadi PP No. 24 Tahun 1984 (posindonesia.co.id, 2021).

Seiring berjalannya itu semua, pertumbuhan dunia usaha pasti akan semakin maju sehingga, persaingan pun akan semakin ketat, diperlukan adanya penyesuaian atas badan usaha yang fleksibel, dinamis, dan mampu mengembangkan pelayanan yang lebih baik agar menciptakan kepuasan konsumen yang baik. Oleh karena itu, Perum Pos dan Giro resmi ditetapkan menjadi PT. Pos Indonesia (Persero) pada 20 Juni 1995 dan dicantumkan dalam PP No. 5 Tahun 1995 tentang perubahan status. Dalam menjalankan bisnis nya, perusahaan ini mempunyai visi dan misi sebagai berikut :

#### **1.1.1. Visi**

Menjadi Postal Operator, Penyedia Jasa Kurir, Logistik dan Keuangan Paling Kompetitif.

#### **1.1.2. Misi**

Bertindak Efektif Untuk Mencapai *Performance* Terbaik.

### **1.2. 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 Kantorpos 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).

Dengan berjalannya waktu, Pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam pengembangan bidang perposan Indonesia dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100 persen kota/kabupaten, hampir 100 persen kecamatan dan 42 persen kelurahan/desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring Pos Indonesia sudah memiliki lebih dari 3.800 Kantorpos online, serta dilengkapi electronic mobile pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang terhubung satu sama lain secara solid dan terintegrasi. Sistem Kode Pos diciptakan untuk mempermudah processing kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat.

PT. Pos Indonesia berpusat dan berlokasi di Jl. Banda No. 30, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Bandung, Jawa Barat 40115, yang membawahi 11 kantor Regional. Salah satunya, kantor Regional 5 Pusat Bandung yang meliputi sebagian Provinsi Jawa Barat dan Banten. Pada kantor Regional 5 Bandung terdapat beberapa Kantor Pos Pemeriksa (KPRK), salah satunya Kantor Pos Karawang. Dalam penulisan magang ini penulis berkesempatan kerja praktik atau magang di Kantor Pos Karawang. Kantor Pos Karawang berlokasi di Jl. Alun-Alun Selatan No. 1, Karawang

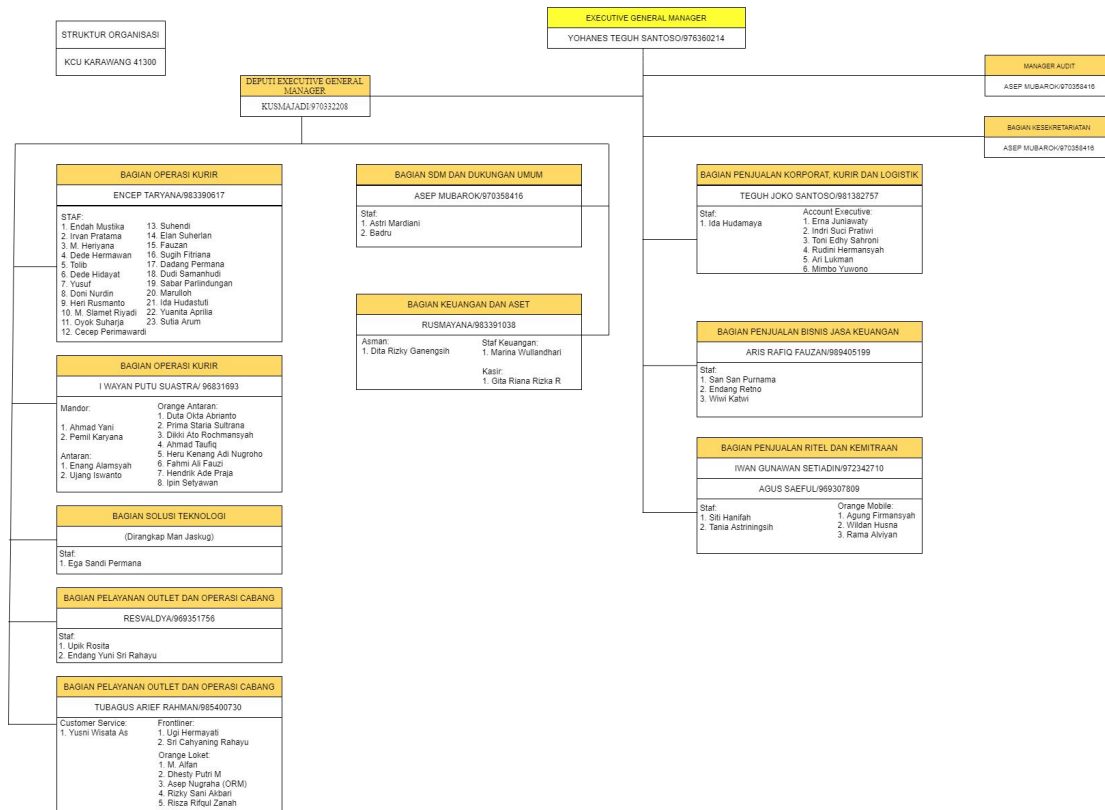
Kulon, Kec. Karawang Barat., Kab. Karawang, Jawa Barat 41311. Kantor Pos Karawang ditujukan untuk memberikan pelayanan pengiriman terpercaya kepada masyarakat di Kabupaten Karawang. Berikut adalah gambar perusahaan PT Pos Kantor Cabang Utama Karawang yang terdapat pada gambar di bawah ini.



*Gambar 1. 2 Kantor Pos Cabang Utama Karawang*

### **1.3. Struktur Organisasi Perusahaan**

Dalam menjalankan kewajibannya, Kantor POS Cabang Utama Karawang memiliki struktur organisasi. Struktur organisasi adalah susunan pemegang fungsi atau jabatan dari tingkat paling atas sampai paling bawah dalam suatu organisasi.



Gambar 1.3 Struktur Organisasi

## 1.4. Jobdesk

### 1.4.1. Executive General Manager Kantor Pos

Memiliki Tugas sebagai berikut:

1. Merumuskan dan mengkoordinir penyusunan RKA Kantorpos dan sasaran mutu operasi untuk diusulkan kepada regional.
2. Menetapkan target pendapatan dan laba serta alokasi anggaran biaya dan mengevaluasi pelaksanaannya serta mengevaluasi pencapaian target pendapatan, laba kantor pos dan kantor pos Cabang.
3. Mengorganisasikan dan mengendalikan pelaksanaan kegiatan pemasaran, penjualan operasi, penagihan, pelayanan pelanggan, keuangan dan akuntansi, sumber daya manusia dan sarana, aplikasi teknologi, dan kegiatan administrative serta mengendalikan dan menjamin pelunasan piutang pelanggan korporat, meraih dan memelihara pelanggan korporat untuk mendukung kinerja UPT sesuai dengan ketentuan Perusahaan.
4. Mengajukan usulan pengembangan kapasitas Outlet yang berada dalam lingkup tanggung jawabnya untuk disampaikan kepada regional.

5. Memastikan pelaksanaan seluruh ketentuan atau peraturan yang telah ditetapkan kantor pusat dan regional berjalan sebagaimana mestinya sesuai dengan yang ditetapkan.

#### **1.4.2. SDM (Sumber Daya Manusia)**

Memiliki Tugas sebagai berikut:

1. Melaksanakan administrasi sumber daya manusia
2. Melakukan pengangkatan dan kepengangkatan
3. Mengevaluasi dan menilai semua kegiatan usaha, penyimpanan dan pengolahan data kepegawaian
4. Menyiapkan konsep keputusan yang menjadi wewenang kepala kantor serta menyiapkan laporan kepegawaian
5. Melakukan dan mengevaluasi pelaksanaan mutasi dan roling pegawai.
6. Mengurus surat-menyurat dan naskah kepegawaian serta hal lain yang menyangkut hak dan kewajiban pegawai.
7. Melaksanakan tata usaha SDM (Sumber Daya Manusia), pembayaran gaji atau pensiun, tunjangan, menyiapkan dan menyelesaikan ongkos perjalanan dinas panjar, tabungan pegawai dan lain lain yang menyangkut hak-hak pegawai atau pensiun.

#### **1.4.3 Manajer Pengawasan Unit Pelayanan Luar**

Memiliki Tugas sebagai berikut:

1. Melaksanakan dan Mengendalikan pelaksanaan pekerjaan yang dilakukan oleh petugas loket KCU, Kantor Pos Cabang, MPS, dan unit pelayanan lainnya untuk mencapai tertib administrasi dan pembukuan akuntansi dengan tertib dan benar sesuai dengan ketentuan perusahaan.
2. Menyusun dan melaksanakan Program kerja di bagian POOC.
3. Membuat Job Desk di bagian POOC sesuai ketentuan yang berlaku sebagai pedoman kerja.
4. Mengoordinasi dan mengatur pelaksanaan proses pekerjaan di bagian POOC.
5. Memastikan dan mengendalikan pelaksanaan pekerjaan di bagian POOC telah berjalan sesuai dengan ketentuan Perusahaan.
6. Melakukan pemeriksaan terhadap pelaksanaan pekerjaan yang di lakukan oleh Loket Pelayanan, Kantor Pos Cabang, Loket Ekstensi, MPS, Unit pelayanan lainnya,

dan titik layanan lainnya meliputi kegiatan pencocokan transaksi penerimaan dan pengeluaran uang antara daftar pertanggungangan N2 dengan dokumen sumber dan bukti pendukung lainnya serta melakukan verifikasi terhadap kebenaran transaksi keuangan sesuai dengan ketentuan perusahaan.

7. Memenuhi kebutuhan uang tunai di Kantor Pos Cabang sesuai dengan surat pembayarannya serta memastikan semua Kantor Pos Cabang melakukan pengosongan kas setiap hari.

#### **1.4.4 Keuangan**

Memiliki Tugas sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab terhadap mengorganisasikan dan pengendalian pelaksanaan pekerjaan Keuangan, BPM dan Aset di Kantor Cabang Utama Karawang untuk mendukung pelaksanaan operasional berjalan dengan tertib dan benar sesuai dengan ketentuan Perusahaan.
2. Menyiapkan dan memberikan panjar kerja ke kasir dengan buku serah.
3. Memberikan BPM untuk keperluan loket KPRK dan KPC.
4. Melakukan pembebanan dan pelimpahan ke rekening DirKug.
5. Entri penjualan benda pihak ke-3 ke SIM Konsfila, Per-1 dan G15.
6. Menyetorkan penjualan benda meterai via SOPP.
7. Menerima setoran dari kasir dengan buku serah.
8. Memeriksa kebenaran transaksi di Neraca Kasir dengan dokumen sumbernya.
9. Membuat anasir kas bank harian.
10. Entri transaksi neraca kasir dan anasir kas pada Aplikasi SAP.
11. Membuat Nota Permintaan Pengeluaran (NPP) pengajuan biaya dari PJA.

#### **1.4.5 Akuntansi**

Memiliki Tugas sebagai berikut:

1. Bertanggungjawab dalam mengelola pencatatan seluruh penerimaan atau pendapatan dan biaya serta mempertanggungjawabkan dalam daftar-daftar (penerimaan transaksi bulanan) yang telah ditetapkan guna mendapatkan informasi yang tepat dan akurat tentang kinerja keuangan.
2. Memberikan peringatan lisan sampai dengan tertulis kepada pihak terkait yang mengakibatkan terhambatnya laporan akuntansi.
3. Melakukan koreksi berdasarkan hasil validasi data yang sesuai dengan SAP dan rekonsiliasi datanya.
4. Merekomendasikan penyempurnaan sistem akuntansi



### **1.4.6 Operasi**

Memiliki Tugas sebagai berikut:

Bertanggungjawab dalam rangka mengelola proses penerimaan, pengolahan, pengiriman dan pengawasan kiriman pos standar maupun prioritas sesuai dengan standar operasional pos guna mendukung kelancaran operasional.

Berwenang melakukan penjemputan jika alat angkut mengalami hambatan diperjalanan.

Merekomendasikan penambahan peralatan operasional pos secara rak sortir atau keranjang tempat penampungan kiriman pos, bisa surat dan sebagainya.

Merekomendasikan penambahan alat angkut jika ada kiriman extra untuk menghindari penumpukan.

Antaran, Tugas-tugas yang dilakukan oleh petugas antaran diantaranya adalah menyortir surat yang akan dikirimkan, mengantarkan surat ke alamat yang dituju, mengantarkan paket pos dan mengantarkan wesel. Melakukan proses delivery order dan mengubah status antaran pada akhir dinas sehingga status kiriman dapat dilihat oleh penerima atau pengirim surat paket.

### **1.4.7 Manajer Penjualan Korporat**

Memiliki Tugas sebagai berikut:

1. Melaksanakan program kerja yang di tetapkan oleh EGM
2. Meraih target penjualan kurir, logistic, dan Pos International segmen Korporat
3. Mengelola aktivitas AE, Admin Penjualan dan Petugas pick Up penjualan untuk melakukan aktivitas sesuai jobdesk
4. Melakukan aktivitas penjualan kepada perusahaan dan korporasi
5. Melaksanakan kegiatan Customer Relationship kepada pelanggan
6. Membuat data base pelanggan korporat dan mengawasi kinerja penjualannya
7. Memberikan Coaching dan Countselling kepada karyawan di lingkungan kerjanya
8. Melakukan pengawasan melekat pada semua unit kerja bawahannya
9. Membuat laporan hasil pengawasan melekat dan melaporkannya kepada EGM
10. Membuat laporan harian dan melaporkan kepada EGM

## 1. 5 Lokasi Perusahaan

Kegiatan kerja praktek/magang dilaksanakan di Alamat Kantor Cabang Utama bertempat di Jl. Alun-Alun Selatan. No.1, Karawang Kulon, Kecamatan Karawang Barat, Karawang, Jawa Barat. Berdekatan dengan Alun - Alun Kota Karawang dan Masjid Agung Syekh Quro Karawang.

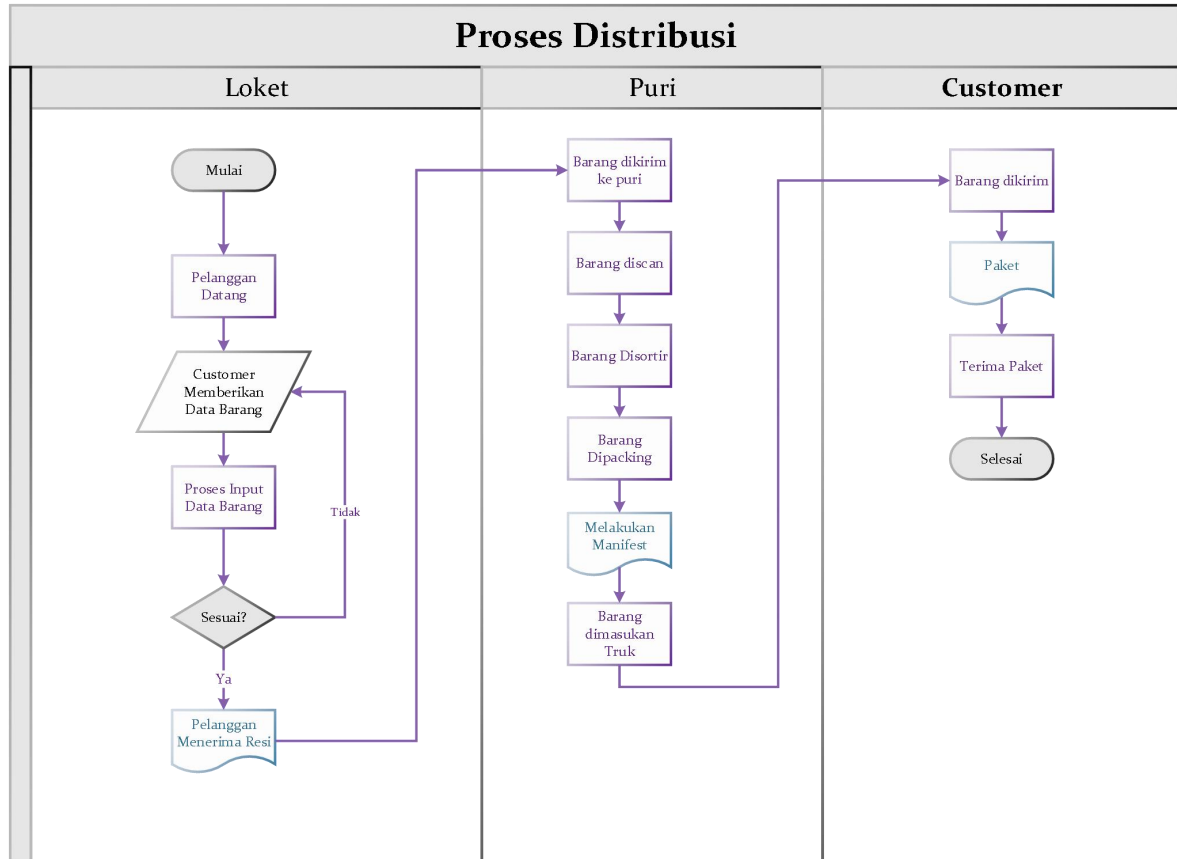


*Gambar 1. 4 Alamat Kantor Pos Cabang Utama Karawang*

## BAB II

### PROSES KERJA

#### 2.1 Flowmap Proses Distribusi



*gambar 2. 1 Flowchart Proses Distribusi*

#### 2.2 Ruang Lingkup

Pelaksanaan kerja praktik penulis terhitung sejak tanggal 11 Juli 2022 sampai tanggal 02 September 2022. Penulis ditempatkan dibagian Penjualan Korporat Kurir dan Logistik dengan waktu kerja dilaksanakan mulai dari hari Senin sampai dengan hari Jumat dari pukul 09.00 WIB sampai pukul 16.00 WIB dan dihari abtu waktu kerja dari pukul 08.00 WIB sampai pukul 12.30 WIB.

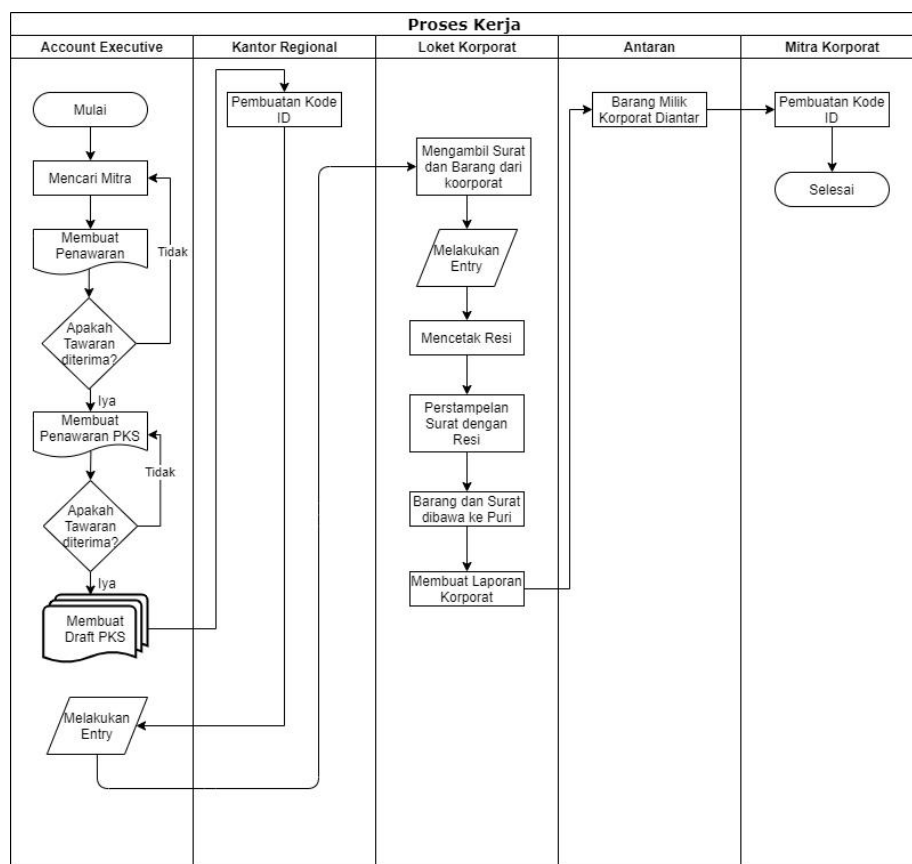
Penulis melaksanakan Kerja Praktik Lapangan di PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Utama Karawang bertempat di Jl. Alun-Alun Selatan. No.1, Karawang Kulon, Kecamatan Karawang Barat, Karawang, Jawa Barat. Penulis ditempatkan di Unit Penjualan Kurir dan Logistik PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Utama Karawang dimana Unit Penjualan Kurir dan Logistik tersebut bertugas untuk melakukan pendekatan dan penawaran pada beberapa perusahaan sampai membentuk sebuah kesepakatan yang menguntungkan demi meraih target pendapatan dari penjualan

segmen Korporat melalui pengendalian penjualan dan purna jual segmen Korporat dari pelanggan korporat eksisting dan pelanggan korporat baru

Adapun cakupan tugas yang menjadi bagian dari pekerjaan penulis selama menjalani Kerja Praktik Lapangan pada Unit Penjualan Kurir dan Logistik PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Utama Karawang yang penulis lakukan selama hari kerja adalah sebagai berikut:

1. Input data dan pick up order kiriman STNK online dari Samsat Kab. Karawang
2. Input data penawaran obat dari Rumah Sakit Umum Daerah Karawang
3. Membantu AE (Account Executive) melakukan penawaran di KIIC (Karawang International Industrial City)
4. Melakukan packing maupun sortir barang kiriman.

### 2.3 Flowcart Proses Kerja



*gambar 2. 2 Flowchart Proses Kerja*

## **BAB III**

### **ANALISIS MASALAH DAN PEMECAHAN MASALAH**

#### **3.1 Jastifikasi Permasalahan yang ada selama KP/M**

Pada sektor ekonomi dalam lingkungan bisnis khususnya pada perkembangan teknologi ini sangat berkembang dengan pesat. Bagi perusahaan produk dan jasa untuk meningkatkan pendapatan perusahaan dan kualitas layanan harus menawarkan layanan apa saja yang diberikan perusahaan tersebut yang bisa diterima oleh konsumen. Hal ini akan menimbulkan peningkatan persaingan bisnis yang pesat antara perusahaansatu dengan yang lain. Setiap perusahaan memiliki target tersendiri untuk mengembangkan produk dan jasa di perusahaan tersebut. Maka, diperlukannya strategi dalam memasarkan suatu produk dan jasa terhadap konsumen sebagai bentuk solusi pemecahan masalah pada perusahaan. Setiap perusahaan tidak akan berjalan dengan baik jika tidak memiliki strategi dalam bersaing dengan baik. Strategi pemasaran merupakan pendekatan pokok yang digunakan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu oleh suatu unit perusahaan. Didalamnya terdapat keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran (Amstrong dan Kotler, 2015).

Di permasalahan ini yang sedang dihadapi oleh setiap perusahaan adalah bagaimana cara meningkatkan kualitas layanan jasa yang ada di perusahaan. Jika suatu perusahaan tidak berusaha meningkatkan kualitasnya, maka persaingan dalam dunia perbisnisan semakin ketat. Persaingan bisnis dengan perusahaan lain yang beroperasi di bidang yang sama. Untuk meningkatkannya, maka perusahaan dengan harus meningkatkan kualitas penjualannya juga. Strategi pemasaran yang bisa digunakan oleh perusahaan jasa yaitu meningkatkan kualitas layanan jasa yang sesuai dengan keinginan pengguna jasa serta penetapan harga yang sesuai dengan yang ditawarkan oleh perusahaan. Citra perusahaan yang baik dan positif juga menentukan ketertarikan penggunaan jasa untuk melakukan keputusan penggunaan jasa pada perusahaan tersebut.

Suatu perusahaan pasti memiliki target pencapaian untuk menjalankan perusahaan itu agar berkembang dengan baik. Menurut Tjiptono dan Gregorius (2017), pasar terdiri dari beberapa banyak tipe pelanggan, produk atau jasa dan kebutuhan. Pelayanan konsumen dapat dikelompokkan dalam berbagai cara berdasarkan faktor geografis, demografis, psikografis dan perilaku. Proses pembagian pasar menjadi kelompok pembeli yang berbeda yang mempunyai kebutuhan mungkin memerlukan program pemasaran yang terpisah disebut segmentasi pasar (market segmentation). Target (targeting) dikelompokkan menjadi tiga faktor utama, yaitu ukuran dan potensi 4 tumbuan segmen, karakteristik struktural segmen yang terdiri dari kompetensi, kejenuhan segmen, protektabilitas dan risiko lingkungan. Yang terakhir adalah kesesuaian antara produk dan pasar.

Dari adanya target dalam pencapaian suatu penjualan produk atau jasa, maka perusahaan juga akan mendapatkan pendapatan yang maksimum. Pendapatan merupakan salah satu unsur yang utama dalam pembentukan laba dan rugi suatu perusahaan. Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja. Jika menurut Kartikahadi, dkk(2012) pendapatan adalah kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekualitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal. Pendapatan sangat berpengaruh terhadap keseluruhan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang didapat maka semakin besar kemampuan perusahaan membiayai segala kegiatan yang berjalan pada perusahaan tersebut.

Perusahaan yang memiliki strategi dalam bekerja, sudah dipastikan pekerjaan seberat apapun bisa diselesaikan dengan tepat waktu dan kualitas hasil kerja yang bernilai. Strategi kerja juga bisa menumbuhkan sikap disiplin didalam diri setiap karyawan, sikap disiplin untuk memudahkan kita dalam menerapkan beberapa langkah agar mau bekerja sesuai dengan target masingmasing karyawan. Keuntungan jika memiliki strategi kerja bisa mengurangi waktu yang lama dalam bekerja, waktu yang dibutuhkan untuk bekerja bisa menjadi lebih efisien dan efektif. Strategi kerja ada beberapa 5 langkah yang diambil agar mendapatkan hasil yang memuaskan, yaitu selalu mengatur waktu dan jadikan kebiasaan rutin, cerdas memprioritaskan pekerjaan mendesak dari pada yang penting, tetap fokus pada pekerjaan, dan disiplin dalam bekerja.

Sekarang banyak beberapa perusahaan yang beroperasi pada pengiriman barang dan layanan jasa seperti PT. Pos Indonesia (Persero). Semakin banyak perusahaan yang beroperasi dibidang yang sama, maka persaingannya juga akan semakin ketat. Strategi pemasaran pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Utama Karawang mampu bersaing dengan perusahaan yang lainnya, serta pada sistem kinerja yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Utama Karawang juga berjalan cukup baik. Di samping itu juga manajemen pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Utama Karawang bisa dikatakan baik karena semakin banyaknya pesaing yang memiliki teknologi yang canggih. Namun, PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Utama Karawang tetap biasa bertahan dan terus meningkat. Ketertarikan penelitian ini pada divisi pemasaran PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Utama Karawang. Dimana ketika 6 ketatnya persaingan pasar di luar, PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Utama Karawang memiliki divisi pemasaran yang cukup baik untuk baik menangani permasalahan yang terjadi dan akan terjadi. Strategi pemasaran yang diterapkan masih berjalan dengan baik sampai dengan saat ini atau hingga tahun ini, meskipun banyak kendala-kendala yang terjadi pada penjualan produk maupun penjualan jasa. Selain itu, target yang ditetapkan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Utama Karawang juga termasuk jumlah angka yang sangat tinggi. Hal ini bisa memicu pada naik turunnya kualitas layanan jasa yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Utama Karawang.

Hubungan strategi pemasaran dan target pasar pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Utama Karawang ini sangat penting pada manajemen perusahaan. Karena jika target pasar yang tidak tercapai maka ada permasalahan pada strategi pemasarannya.

Sebaliknya, jika target pasar itu tercapai atau bahkan melampaui maka strategi pemasaran tersebut telah terlaksana dengan baik. PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Utama Karawang bisa bersaing dengan perusahaan lain dikarenakan memiliki strategi pemasaran yang modern dan terkini. PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Utama Karawang tidak hanya memiliki anggota divisi pemasaran yang baik saja melainkan juga perlu adanya ide-ide kreatif pada strategi tersebut, agar kualitas pemasaran dan penjualan pada produk dan jasa tetap terjaga dengan baik dan stabil terutama pada layanan kurir dan logistiknya.

### **3.1.1 Kurangnya strategi pemasaran yang dimiliki**

Dalam melakukan pemasaran bisa dikatakan sebagai trik jitu dalam memasarkan produk karena akan langsung mengetahui respons konsumen atas produk yang ditawarkan. Dengan memberikan diskon pada periode tertentu atau tambahan item dengan iming-iming penawaran terbatas atau selama produk tersedia, tentu akan menggugah minat konsumen untuk membelinya. Namun, ada faktor lain yang perlu dipertimbangkan. Seringkali dijumpai adanya ‘pemaksaan’ dalam promosi. Bisa jadi dari petugas yang melakukan promosi yang terus mengejar konsumen agar membeli produknya setelah mendapatkan tester atau sample produk. Tentu saja ini mengakibatkan ketidaknyamanan bagi konsumen.

### **3.1.2 Memerlukan adanya ide-ide kreatif pada strategi**

Karyawan memiliki peran penting bagi perkembangan perusahaan, maka dari itu perusahaan sangat memerlukan karyawan yang cekatan dan kreatif dalam bidang apapun terutama di bidang penjualan produk dan jasa. Untuk mengembangkan penjualan terhadap produk dan jasa agar semakin tinggi maka harus meningkatkan kinerja para karyawan agar mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan itu sendiri. Karyawan yang memiliki kemampuan dan kesediaan dalam berbagai aktivitas perusahaan yang telah ditetapkan, dapat dikatakan keberadaan karyawan di dalam perusahaan merupakan salah satu daya penting dan menentukan keberhasilan suatu perusahaan.

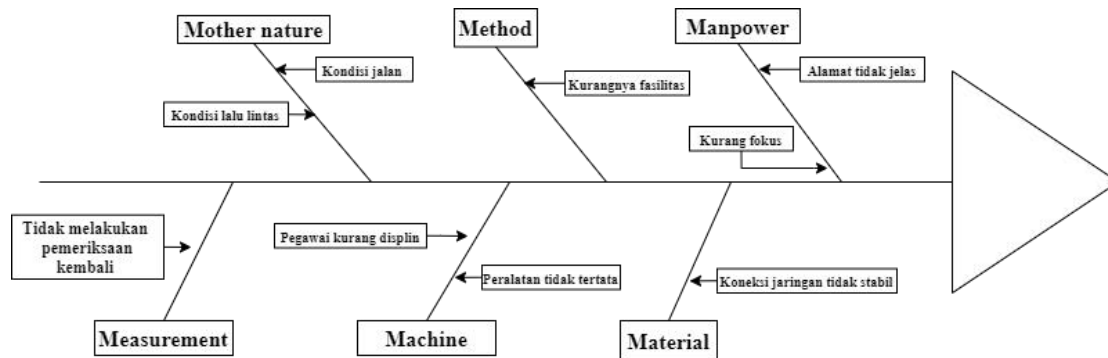
### **3.1.3 Kualitas pemasaran dan penjualan pada produk dan jasa tetap terjaga**

Kualitas jasa dan pelayanan juga seiring waktu terus menerus harus ditingkatkan oleh perusahaan karena hakikatnya kebutuhan dan harapan pelanggan juga bersifat dinamis, ditambah lagi dengan persaingan yang juga semakin ketat.

Dan apabila kita dapat terus menerus mempertahankan dan meningkatkan kualitas jasa dan pelayanan maka diharapkan akan berdampak terhadap peningkatan produktivitas. Produktivitas meningkat akan menghasilkan biaya yang lebih rendah, dan akan berdampak terhadap meningkatnya nilai tambah bagi pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang mendapatkan nilai tambah dari jasa dan pelayanan perusahaan sudah dipastikan bahwa keuntungan dan market share perusahaan juga akan meningkat.

### 3.2 Pemecahan Masalah diformulasikan Secara Deskriptif Analisis

Pemecahan masalah dilakukan secara deskriptif analisis dengan menggunakan alat bantu fishbone diagram untuk mengidentifikasi sebab-akibat dari timbulnya hambatan pada strategi pemasaran pos. Dibawah ini merupakan gambar diagram fishbone untuk mengidentifikasi permasalahan yang terdapat pada proses Strategi Pemasaran.



Gambar 3. 1 Diagram Tulang Ikan

Berdasarkan permasalahan yang dijabarkan diatas maka solusi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut ;

#### 3.2.1 Man Power

Alamat tidak jelas yaitu perlu adanya ketelitian oleh petugas pos dalam memeriksa label, kemudian menelpon pengirim untuk mengkonfirmasi alamat agar sesuai tujuan. Pengawasan lebih ditingkatkan pada karyawan agar karyawan lebih disiplin dan teliti dalam mengerjakan tugas.

#### 3.2.2 Machine

Setelah selesai dipakai, alat harusnya disimpan sesuai dengan tempatnya agar memudahkan saat akan dipakai kembali.

#### 3.2.3 Method

Kurangnya fasilitas dalam moda transportasi yang berada di Kantor POS Cabang Utama Karawang.

#### 3.2.4 Material

Untuk mengatasi kendala lambat loading pada Web, dengan mengganti atau memperkuat sinyal wifi bila masih loading, baiknya menghubungi bagian IT officer untuk diganti dengan computer yang baru.



### **3.2.5 Mother Nature**

Dikarenakan jalan ada yang rusak dan juga adanya kemacetan yang menghambat proses promosi dan pick up barang sehingga barang tidak sampai tepat waktu oleh karena itu promosi dan pick up sebaiknya dipercepat disesuaikan dengan kemacetan yang terjadi supaya barang sampai dengan tepat waktu.

### **3.2.6 Measurement**

Dikarenakan petugas ketika melakukan sortir tidak memastikan kembali apakah barang sesuai dengan wilayah, maupun isi barang dengan benar atau tidak.

## **3.3 Berikut cara mengoptimalkan kinerja karyawan**

Motivasi kerja dapat menjadi solusi untuk menghadapi kendala yang sedang terjadi. Tujuan dari motivasi ini adalah untuk meningkatkan kinerja dan mengoptimalkan para pegawai di Kantor POS Cabang Utama Karawang. Motivasi Kinerja dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain :

1. Memberikan Pembinaan pada karyawan.
2. Karyawan diberikan pembinaan agar mampu melaksanakan tugasnya dengan sangat baik dan memenuhi target yang telah di tetapkan.
3. Memberikan insentif/ bonus
4. Memberikan insentif/bonus kepada karyawan yang telah mampu melaksanakan tugasnya dengan baik dan mencapai target akan membuat karyawan tersebut bekerja keras dan memiliki keinginan untuk melaksanakan sesuatu yang lebih baik dari sebelumnya. Dengan upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas, kuantitas, efisiensi waktu kerja, presensi dan dampak interpersonal yaitu meningkatkan kualitas diri pada karyawan.

Secara umum tujuan motivasi kinerja :

1. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan,
2. Meningkatkan produktifitas kerja karyawan,
3. Mempertahankan kestabilan karyawan
4. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik,
5. Meningkatkan loyalitas, kreatifitas, dan partisipasi karyawan,
6. Meningkatkan tingkat kesejahteraan karyawan,
7. Mempertinggi rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugas-tugasnya.

Jika motivasi karyawan meningkat, maka kedisiplinan kerja karyawan akan meningkat pula. Karyawan yang mempunyai kedisiplinan kerja yang tinggi tidak akan mau begitu saja meninggalkan tempat kerja selama jam kerja berlangsung, serta tidak akan melanggar peraturan yang ada.

## **Bab IV**

### **Penutup**

#### **4.1 Diskripsi KP/M**

Kerja praktik ini dilaksanakan terhitung mulai tanggal 11 Juli 2021 sampai 2 September 2022. Penulis mendapatkan bimbingan dan pengawasan oleh Ibu Indri Suci Pratiwi selaku Account Executive di Kantor POS Cabang Utama Karawang. Selama menjalani Praktik Kerja Lapangan, Praktikan menjalani beberapa pekerjaan, yaitu :

##### 1. Bagian Sortir kiriman Pos

Penulis ditugaskan untuk melakukan sortir paket sesuai dengan nama jenis dari kartu Telkomsel maupun Voucher Telkomsel. Disusun sesuai nama jenis paket.

##### 2. Input data STNK untuk di pick up

Input data STNK adalah kegiatan harian di Kantor POS Cabang Utama Karawang memasukan laporan untuk petugas pos yang nantinya akan di pick up setelah itu diberikan kepada loket korporat.

##### 3. Input data obat

Penulis memasukan data pengiriman obat kirim RSUD Karawang.

##### 4. Melakukan penawaran jasa ke berbagai perusahaan

Penulis juga ikut serta dalam melakukan penawaran jasa ke berbagai perusahaan yang ada disekitar wilayah Karawang.

##### 5. Pick Up barang di wilayah Karawang

Penulis diikut sertakan dalam melakukan pick up di wilayah Karawang.

## 4.2 Lampiran-lampiran

### A. Laporan kemajuan Bimbingan oleh Dosen Pembimbing

| <b>PROGRES REPORT BIMBINGAN KERJA PRAKTIK/ MAGANG PROGRAM STUDI MANAJEMEN LOGISTIK - STIMLOG</b> |                 |   |                  |
|--|-----------------|---|------------------|
| N A M A  |                 | NPM   |                  |
| Aditya Djanuar Rivai   |                 | 16118060  |                  |
| JUDUL<br>KP/MAGANG :   |                 | ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA LAYANAN KURIR DAN LOGISTIK PT. POS INDONESIA (PERSERO) CABANG UTAMA KARAWANG |                  |
| DOSEN<br>PEMBIMBING :  |                 | Kartika Senja Widyawati, S.M., M.M.   |                  |
| Hari   | Tgl. Bimbingan  | Materi Bimbingan  | Paraf Pembimbing |
| Rabu   | 13 Juli 2022    | Perkenalan  |                  |
| Rabu   | 27 Juli 2022    | Bab 1 dan Bab 2   |                  |
| Kamis  | 25 Agustus 2022 | Bab 3 dan Bab 4   |                  |

Bandung, 09 September 2022

Dosen Pembimbing KP/M

(Kartika Senja Widyawati, S.M., M.M.)

*Lampiran 4. 1 Progress Laporan Bimbingan*

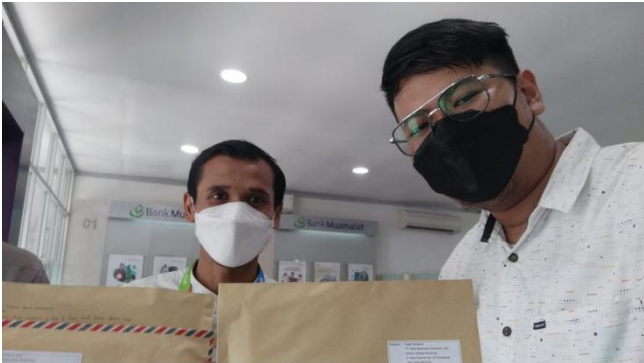
B. Dokumentasi



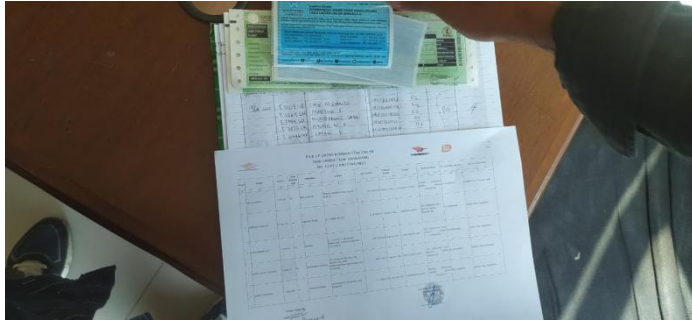
Gambar 4. 9 Pengemasan Barang Ke India



Gambar 4. 10 Pick up dan Pengiriman PKS Bank Mandiri



Gambar 4. 11 Pick up dokumen Bank Muamalat



Gambar 4. 12 Pick up STNK SAMSAT



Gambar 4. 13 Penyerahan kiriman paket dari Telkomsel

## DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Dandi. Komunikasi Pribadi (10 Juli 2022)

Rijalul, Lutfhi. Komunikasi Pribadi (10 Juli 2022)

Fauzan, Muhammad. Komunikasi Pribadi (10 Juli 2022)

Posindonesia.id. Diakses pada 23 Juli 2022, dari <https://www.posindonesia.co.id/id>.