

## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **A. DESKRIPSI PT POS INDONESIA (PERSERO)**

##### **1. Sejarah PT Pos Indonesia**

Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, Kantorpos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral 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 Kantorpos 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 (<http://posindonesia.co.id/index.php/profil-perusahaan>).

##### **2. Perubahan Status Pos Indonesia**

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).

### **3. Pos Indonesia Masa Kini**

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 3.700 Kantorpos online, serta dilengkapi elektronik mobile pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang terhubung satu sama lain secara solid & terintegrasi. Sistem Kode Pos diciptakan untuk mempermudah processing kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu

diidentifikasi dengan akurat (<http://posindonesia.co.id/index.php/profil-perusahaan>).

#### 4. Pembagian Wilayah Usaha

PT Pos Indonesia berdasarkan wilayah kerjanya membagi Indonesia ini ke dalam 11 Wilayah Usaha, dimana masing-masing wilayah usaha tersebut adalah:

**Wilayah Usaha Pos I** meliputi Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam dan Provinsi Sumatera Utara berkedudukan di Medan.

**Wilayah Usaha Pos II** meliputi Provinsi Sumatera Barat dan Riau berkedudukan di Padang.

**Wilayah Usaha Pos III** meliputi Provinsi Sumatera Selatan, Bengkulu, Jambi dan Lampung berkedudukan di Palembang.

**Wilayah Usaha Pos IV** meliputi Provinsi DKI Jakarta dan wilayah Botabek berkedudukan di Jakarta

**Wilayah Usaha Pos V** meliputi Provinsi Jawa-Barat dan Banten berkedudukan di Bandung.

**Wilayah Usaha Pos VI** meliputi Provinsi Jawa-Tengah berkedudukan di Semarang.

**Wilayah Usaha Pos VII** meliputi Provinsi Jawa Timur berkedudukan di Surabaya

**Wilayah Usaha Pos VIII** meliputi Provinsi Bali, NTB dan NTT berkedudukan di Denpasar.

**Wilayah Usaha Pos IX** meliputi Provinsi Kalimantan Selatan, Tengah, Barat dan Timur berkedudukan di Banjarbaru.

**Wilayah Usaha Pos X** meliputi Provinsi-provinsi di Sulawesi berkedudukan di Ujung Pandang.

**Wilayah Usaha Pos XI** meliputi Provinsi-provinsi di Papua dan Maluku berkedudukan di Jayapura.

Sumber : Dokumen PT Pos Indonesia Bandung Sepetember 2013

## **B. DESKRIPSI KANTOR POS YOGYAKARTA**

### **1. Sejarah Kantor Pos Yogyakarta**

Kota kuno Yogyakarta yang dibangun oleh Sultan Hamengkubuwono I telah berkembang menjadi kota yang cukup maju dan pernah menjadi ibukota Republik Indonesia pada awal kemerdekaan. Di kota Yogyakarta terdapat sumbu imejiner dari Keraton hingga ke alun-alun diteruskan ke Malioboro, Tugu dan Gunung Merapi. Selain itu, pemerintah kolonial membangun gedung-gedung yang merupakan representasi dari pemerintah kolonial disekitar perempatan museum Sonobudoyo yaitu Gedung *Javasche Bank* (sekarang Bank Indonesia) dan Kantorpos serta Telegraf (sekarang Telkom).

Pusat kota tradisional ditandai adanya keberadaan alun-alun, masjid besar, dan kediaman penguasa pribumi yaitu Keraton Yogyakarta. Sejak tahun 1765 krgiatan di kawasan pusat kota Yogyakarta berkembang pesat yang

dapat dilihat dari perkembangan fisik seperti pasar, perumahan dan fasilitas lainnya.

Bangunan Kantor Pos yang berlantai dua dibangun kurang lebih pada tahun 1920 an, namun secara pasti tidak dapat diketahui, tapi kemungkinan tidak berbeda jauh dengan pembangunan gedung *Javasche Bank*. Bangunan kantor pos dibangun dengan gaya arsitektur *Indies*, atap perisai sangat kontras dengan gaya arsitektur Bank Indonesia yang bercorak klasik.

Kantor Pos Yogyakarta berada di lingkungan pusat kota dan tepat pada sumbu jalan Pangeran Mangkubumi – Malioboro sehingga cukup menonjol secara fisik. Keberadaan kantor pos berdekatan dengan pusat-pusat aktivitas yang menjadi konsentrasi jasa yang membutuhkan layanan pos. Oleh karena itu, perkembangan kantor pos Yogyakarta semestinya dapat memanfaatkan berbagai nilai strategis kawasan yang ada seperti berdekatan dengan kawasan belanja Malioboro, wisata sejarah Benteng Vredeburg, wisata budaya Keraton Yogyakarta, Museum Sonobudoyo, perbelanjaan khas buku di *Shopping Center* dan Pasar Beringharjo (Dokumen Kantor Pos Yogyakarta September 2013).

## **2. Kantor Pos Yogyakarta Masa Kini**

Kantor Pos Yogyakarta adalah kantor pos yang berada pada wilayah kerja Kantor Wilayah Usaha Pos ke VI. Kantor pos ini berkedudukan di Yogyakarta dan memiliki kantor-kantor cabang pembantu pada hampir seluruh kecamatan di Kota Yogyakarta yang hingga tahun 2013 ini jumlah

kantor-kantor cabang pembantu tersebut adalah sebanyak 22 kantor (Dokumen Kantor Pos Yogyakarta September 2013).

**a. Kantor Pos Yogyakarta**

Nama Kantor Pos : YOGYAKARTA  
Kode Kantor : 55000  
Alamat : Jl. P. Senopati No. 2  
Nomor Telepon : 0274-377322, 0274-377325  
Nomor Faximile : 0274-375890



**Gambar 2 Kantor Pos Yogyakarta**

**b. Kantor Pos Cabang Dalam Kota**

- 1) Kantor Pos Airport : Jl. Laksamana Adi Sutjipto
- 2) Kantor Pos Babarsari : Babarsari No. 20
- 3) Kantor Pos Banyuraden : Jl. Godean KM 7
- 4) Kantor Pos Condongcatur : Jl. Mangga No. 3 Perumnas
- 5) Kantor Pos Danurejan : Jl. Hayam Wuruk No. 3

- 6) Kantor Pos Gedongtengen : Jl. Sosrowijayan No. 55
- 7) Kantor Pos Gondokusuman : Jl. Munggur No. 54
- 8) Kantor Pos Gondolayu : Jl. Jend. Sudirman No. 19
- 9) Kantor Pos Karangmalang : Jl. Gejayan No 3
- 10) Kantor Pos Kotagede : Jl. Kemasa No. 1
- 11) Kantor Pos Krapyak : Jl. Parangtritis No. 147
- 12) Kantor Pos Kraton : Jl. Patehan Kidul No. 20
- 13) Kantor Pos Mantrijeron : Jl. Prapanca No. 5
- 14) Kantor Pos Mergangsan : Jl. Sisingamangaraja No. 1
- 15) Kantor Pos Minomartani : Ds. Minomartani
- 16) Kantor Pos Mlati : Jl. Dr. Wahidin Sudiro Husodo
- 17) Kantor Pos Mujamuju : Jl. Kenari No. 75
- 18) Kantor Pos Ngampilan : Jl. Letjen Suprpto No. 67
- 19) Kantor Pos Pingit : Jl. Tentara Rakyat Mataram
- 20) Kantor Pos Plemburan : Jl. Tiara Plemburan
- 21) Kantor Pos Tegalrejo : Jl. Jambon No. 1
- 22) Kantor Pos Wirobrajan : Jl. P. Tendean Gg. Nakulo No. 4

**c. Kantor Pos Cabang Luar Kota**

- 1) Kantor Pos Banguntapan : Wiyoro Baturetno
- 2) Kantor Pos Berbah : Sanggrahan Tegaltirto
- 3) Kantor Pos Cangkringan : Jl. Raya Cangkringan
- 4) Kantor Pos Gamping : Jl. Raya Gamping

- 5) Kantor Pos. Godean : Jl. Raya Godean
- 6) Kantor Pos Kalasan : Jl. Solo Candisari Bendan
- 7) Kantor Pos Kaliurang : Jl. Kaliurang KM 27
- 8) Kantor Pos Kasihan : Pedokan Lor Tirtonirmolo
- 9) Kantor Pos Kemusuk : -
- 10) Kantor Pos Minggir : Jl. Kebonogung Sendangrejo
- 11) Kantor Pos Moyudan : Ngentak Sumberagung
- 12) Kantor Pos Ngaglik : Jl. Kaliurang KM 10
- 13) Kantor Pos Ngeplak : Jl. Protokol widomartani
- 14) Kantor Pos Pakem : Jl. Kaliurang KM 17
- 15) Kantor Pos Piyungan : Jl. Wonosari KM 14
- 16) Kantor Pos Prambanan : Jl. Raya Prambanan Sleman
- 17) Kantor Pos Sedayu : Jl. Wates KM 12
- 18) Kantor Pos Sewon : Jl. Parangtritis KM 6
- 19) Kantor Pos Seyegan : Ds. Margodadi Seyegan
- 20) Kantor Pos Sleman : Jl. Bayangkara No. 20
- 21) Kantor Pos Tempel : Jl. Ngosit Margorejo
- 22) Kantor Pos Turi : Karanggawang Girikerto Turi

Sumber : Dokumen Kantor Pos Yogyakarta September 2013



## C. VISI MISI DAN MOTTO

### 1. Visi

Menjadi pemimpin pasar di Indonesia dengan menyediakan layanan suratpos, paket, dan logistik yang handal serta jasa keuangan yang terpercaya.

### 2. Misi

- a. Berkomitmen kepada pelanggan untuk menyediakan layanan yang selalu tepat waktu dan nilai terbaik
- b. Berkomitmen kepada karyawan untuk memberikan iklim kerja yang aman, nyaman dan menghargai kontribusi
- c. Berkomitmen kepada pemegang saham untuk memberikan hasil usaha yang menguntungkan dan terus bertumbuh
- d. Berkomitmen untuk berkontribusi positif kepada masyarakat
- e. Berkomitmen untuk berperilaku transparan dan terpercaya kepada seluruh pemangku kepentingan

### 3. Motto

Tepat Waktu Setiap Waktu (*On Time Every Time*)

Sumber : <http://posindonesia.co.id/index.php/profil-perusahaan/visi-misi>

## D. LOGO DAN ARTI LOGO PT POS INDONESIA

### 1. Logo



Gambar 3 Logo PT Pos Indonesia Lama

Sumber : PT Pos Indonesia Kantor Pos Bandung September 2013



Gambar 4 Logo PT Pos Indonesia Baru

Sumber : PT Pos Indonesia Bandung September 2013

## 2. Arti Logo

Perum Pos dan Giro, logo lama perusahaan ini terdiri dari unsur padi-kapas yang bersambung dengan banner diatas dengan tulisan R I, banner dibawah dengan tulisan POS & GIRO, mengelilingi unsur segi-lima yang mengurung bola dunia dan burung. Diantara segi-lima dan padi – kapas terdapat arsiran horisontal.

Ide utama pada logo ini adalah burung, sebagai simbol atau tanda yang mewakili merpati pos, konsep pengantaran surat jaman dahulu.

Bola dunia, sebagai symbol dari perputaran dunia dan kekekalan (Cooper J.C. Traditional Symbols, Thames & Hudson, London 1998, hal. 74) merepresentasikan hal hubungan antar negara, internasional, global. Unsur padi kapas, seperti yang telah diuraikan sebelumnya, adalah mewakili simbol keadilan sosial dari Pancasila, untuk kelompok tertentu padi melambangkan pangan dan kapas melambangkan sandang. Banner yang bertuliskan R I di atas segilima dan merupakan ujung dari unsur padi-kapas yang melingkari segi-lima, merupakan singkatan dari Republik Indonesia.

Makna yang tertangkap secara semantik dari membaca tanda-tanda ini adalah pekerjaan profesionalitas pos yang dilambangkan dengan burung dan bola dunia terkurung oleh segi-lima dan masih dikelilingi oleh padi kapas yang ujung atasnya ada banner bertuliskan R I, yang memberikan kesan bersifat Nasional.

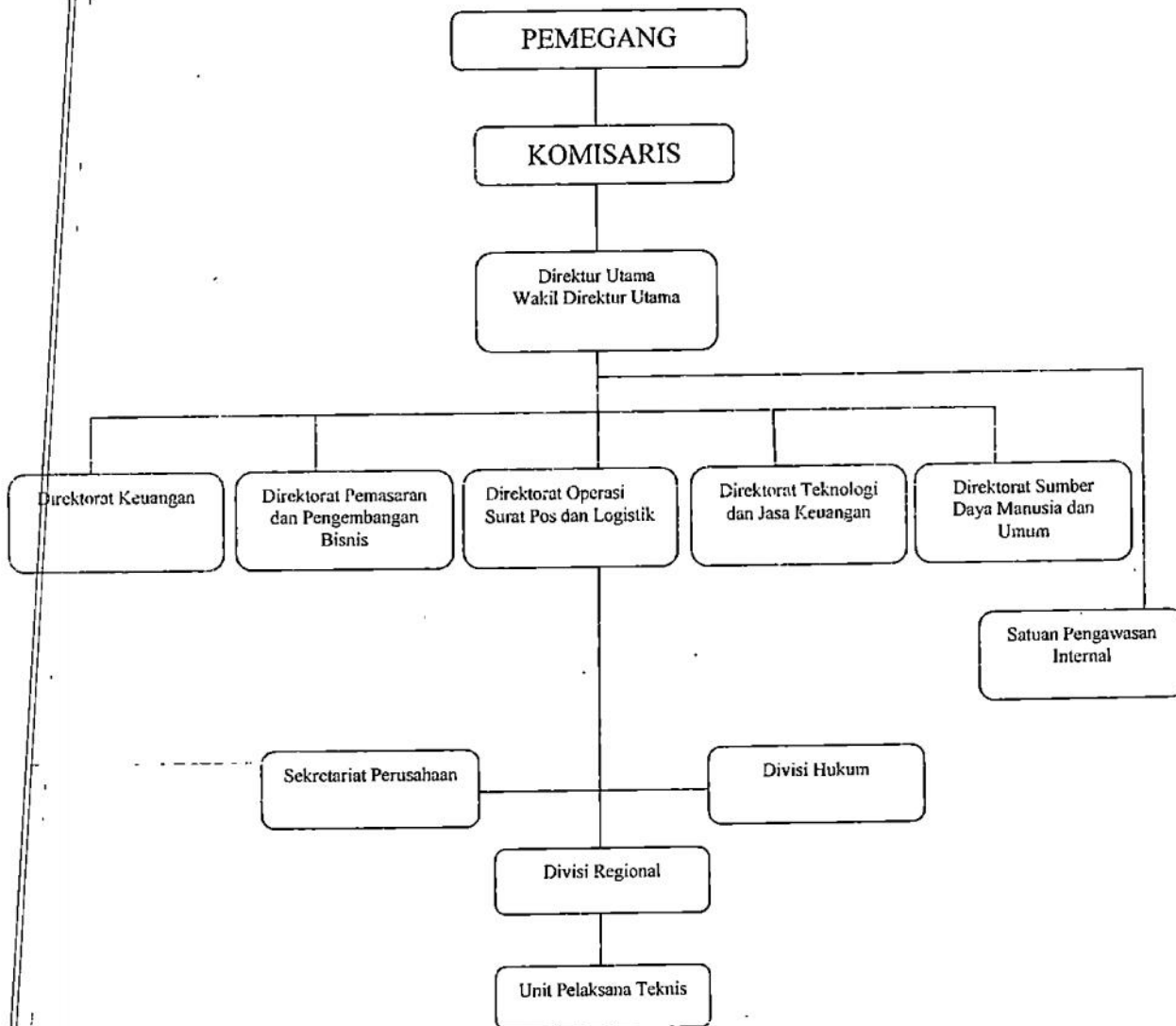
Bisnis Pos adalah bisnis yang berlingkup Internasional, menghubungkan antar negara di dunia, sehingga kesan yang timbul dari logo lama PT. Pos ini adalah profesionalitas Pos yang bersifat internasional dilambangkan dengan burung merpati dan bola dunia, masih terkurung oleh hal-hal yang bersifat Nasional, burung tidak dapat lepas dan bebas.

Pada logo PT. Pos, burung Merpati Pos yang siap terbang mengelilingi dunia telah bebas tak terkurung oleh segi-lima dan padi kapas, berjalan semakin cepat, divisualisasikan dengan sayap yang bergaris – garis horizontal dan proporsi burung yang lebih memanjang dan mengecil di ujung, usaha untuk memvisualisasikan kecepatan. Ukuran burung lebih besar dibandingkan dengan bola dunia, dapat terbaca bahwa burung dapat menguasai dunia. Warna jingga digunakan untuk menandakan, sesuatu yang penting, warna ini juga digunakan untuk tiang-tiang pemisah pada perbaikan di jalan tol, seragam tukang parkir, pakaian penerbang, pakaian pendaki gunung, warna yang kontras dengan warna-warna alam yang kebanyakan berwarna hijau, coklat, biru.

Tulisan dengan tipografi bold: **POS INDONESIA**, adalah nama perusahaan dengan identitas negara, berada di bawah gambar burung dan bola dunia, disini terbaca bahwa yang utama adalah profesionalitas dibidang usaha, dengan slogan “Untuk anda kami ada” untuk menambah kesan mengutamakan pelayanan (Dokumen PT Pos Indonesia Bandung Sepetember 2013).

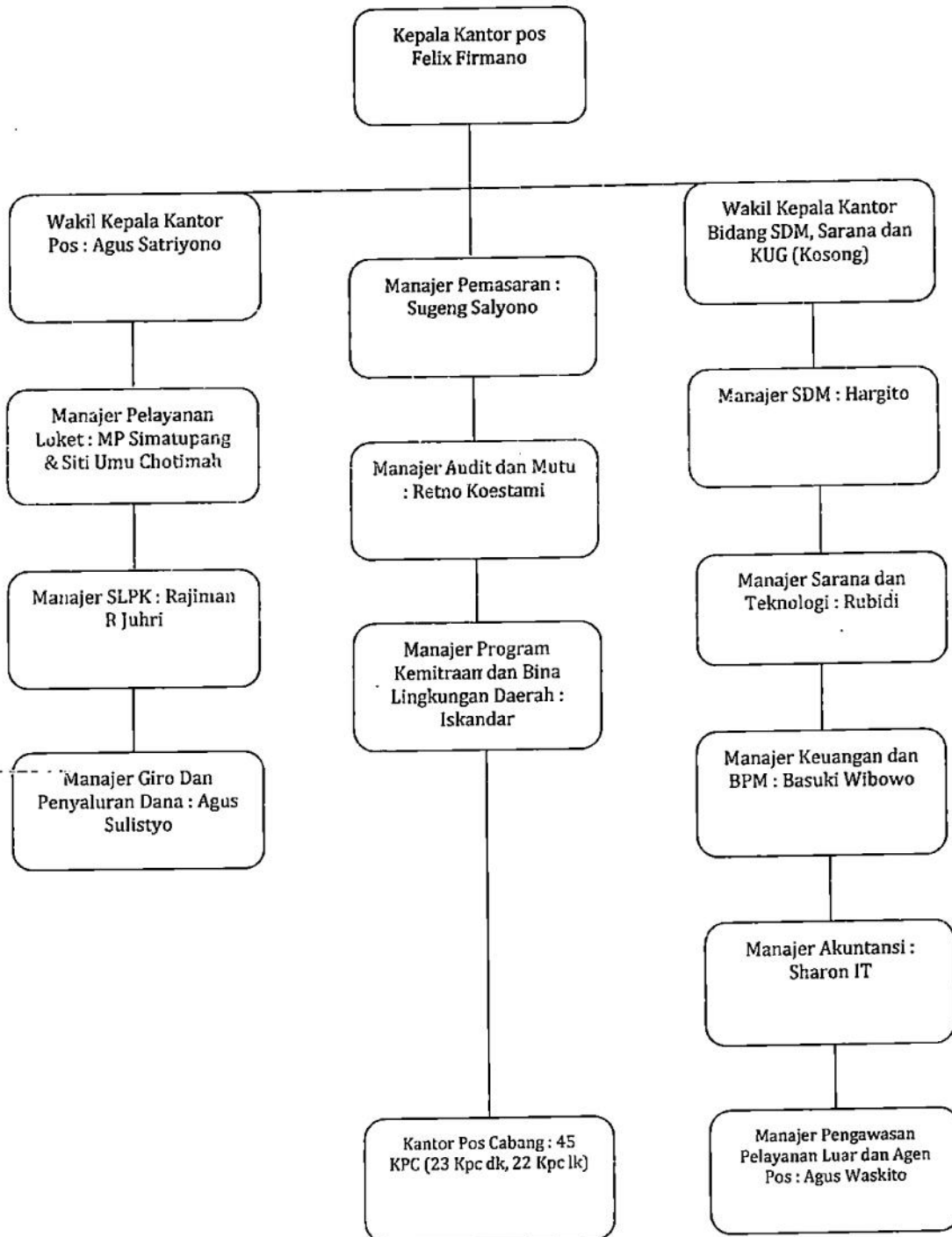
## E. STRUKTUR ORGANISASI

### 1. Struktur Organisasi PT Pos Indonesia



Sumber : Dokumen PT Pos Indonesia Bandung September 2013

## 2. Struktur Organisasi Kantor Pos Yogyakarta



### 3. Struktur Bagian Pemasaran Kantor Pos Yogyakarta



## F. KELOMPOK LAYANAN DAN JENIS LAYANAN

### 1. Surat Dan Paket

#### a. Suratpos Biasa (Standar)

“Layanan pengiriman pesan dan barang secara impresif untuk semua lapisan masyarakat.”

Berat maksimum 2 kg. Bentuk persegi: panjang, lebar dan tebal dijumlahkan 900 mm. Ukuran terbesar tidak lebih dari 600 mm. Bentuk Gulungan: panjang ditambah 2x garis tengah = 1.040 mm. Ukuran terbesar tidak lebih dari 900 mm. Jaringan lokal, regional dan nasional terbatas. Pembayaran dengan menggunakan Prangko sesuai dengan tarif yang berlaku untuk wilayah tertentu. Kemudahan akses dan jangkauan pelayanan /dapat di poskan di mana saja (bis surat, dsb)

b. Poskilat Khusus

“Solusi tepat kiriman surat, dokumen dan barang berharga dalam negeri.”

Poskilat Khusus, sebagai pilihan tepat untuk pengiriman Suratpos (Dokumen, Surat, Warkatpos, Kartupos, Barang Cetak, Surat Kabar, Sekogram dan Bungkusan Kecil) serta barang berharga yang mengandalkan kecepatan kiriman dan menjangkau ke seluruh pelosok Indonesia.

c. Posexpress

“*Quick* (cepat), *Accurate* (Tepat), *Traceable* (dilacak)”

Posexpress, layanan istimewa dari Pos Indonesia untuk kota tujuan tertentu di Indonesia yang mengedepankan akurasi pengiriman, cepat, tepat, mudah dilacak dengan harga kompetitif. Kami jamin penyerahan kiriman Posexpress maksimal sehari sampai, PASTI.

Ada 2 jenis layanan Posexpress: *Sameday Service*, kiriman hari ini, tiba di tempat tujuan di hari yang sama dan *Nextday Service*, kiriman hari ini, tiba di tempat tujuan keesokan harinya.

d. Paketpos

“Solusi tepat pengiriman barang, kemanapun tujuannya sesuai keinginan anda”.

Paketpos digunakan untuk mengirimkan barang-barang berharga Anda, kemanapun tujuannya sesuai keinginan Anda. Paketpos adalah



layanan hemat untuk pengiriman barang-barang berharga dalam cakupan nasional maupun internasional.

e. Express Mail Service (EMS)

*“The best solution international postal services (solusi terbaik pengiriman ke luar negeri)”*.

EMS digunakan sebagai layanan premium untuk pengiriman surat, dokumen dan barang ke luar negeri.

f. Admailpos

*“One stop integrated mailing solution”*.

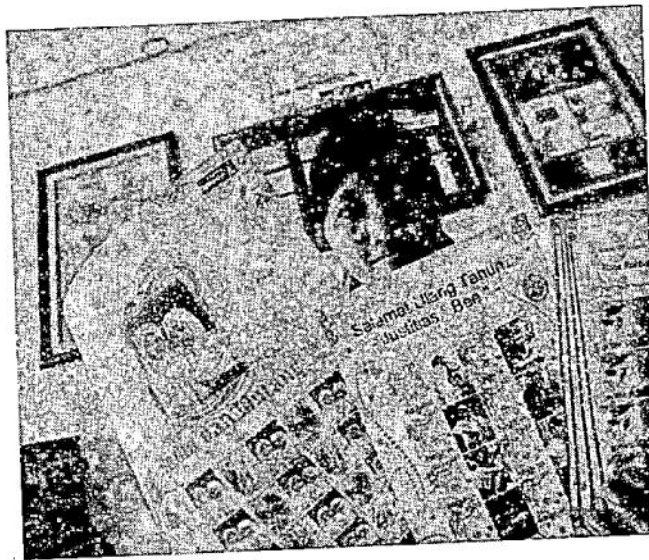
Admailpos adalah layanan pengelolaan essential mail, advertising mail, Hybrid Mail dan direct mail lainnya yang meliputi:

Pertama, layanan percetakan digital (*production*) dan *delivery* melalui *one stop services* untuk *billing/account statement*, rekening koran, *invoice* tagihan dan *solo mail*. Kedua, pengamplopan (*inserting*) surat secara mekanik ke dalam sampul. Ketiga, layanan pra posting, menggunakan berita terima atau *non way bill*. Terakhir, layanan penunjang berupa penyediaan raw material produksi dan *inventory management*.

g. Filateli

FILATELI adalah hobi mengumpulkan atau mengoleksi dan mempelajari segala hal tentang Prangko dan benda pos lainnya. Untuk keperluan tersebut, Pos Indonesia dengan setia akan menyediakan semua

kebutuhan para Filatelis (Kolektor Prangko) dengan memproduksi Prangko dan melayani penjualan benda-benda Filateli Indonesia melalui beberapa Kantor Pos dan Kantor Filateli Jakarta. Selain itu, kantor pos juga menyediakan PRISMA.



Gambar 5 PRISMA

Sumber : Dokumentasi Kantor Pos Yogya Juli 2012

PRISMA atau PRangko IdentitaS Milik Anda adalah Prangko (asli) yang dapat menampilkan gambar, wajah, logo atau image lainnya sesuai permintaan Anda. PRISMA dapat digunakan juga untuk pengiriman surat dengan desain Prangko yang tentunya unik, berbeda dan menjadi sangat pribadi. PRISMA dapat juga digunakan untuk keperluan pencitraan, kampanye atau untuk keperluan promosi produk dan atau perusahaan Anda.

## 2. Jasa Keuangan

### a. Weselpos

Weselpos memiliki empat produk, yaitu: Pertama, Weselpos Prima adalah sarana pengiriman uang untuk tujuan diseluruh Indonesia dengan service level H+0/H+1 s.d. H+4. Produk Kiriman uang cepat sampai, bisa diantar sampai rumah.

Kedua, Weselpos Instan untuk pengiriman uang tercepat dengan tujuan ke seluruh Indonesia. Weselpos Instan adalah layanan pengiriman uang baik dari maupun ke kota dan ke desa yang pasti sampai ke alamat tujuan dalam waktu seketika (secepat mengirim sms).

Ketiga, Weselpos Berlangganan adalah sarana pengiriman uang untuk tujuan diseluruh Indonesia dalam jumlah uang yang tetap dan rutin. Kiriman uang dapat diterima dirumah.

Terakhir, Western Union yaitu layanan penerimaan dan pengiriman (transfer) uang dari dan ke luar negeri melalui *Western Union System* dan *Remittance Pos System* di KANTORPOS.

### b. Pospay

“Pospay, paling lengkap paling dekat”.

Pembayaran berbagai tagihan dan angsuran dapat Anda lakukan di Kantorpos yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia, dengan layanan yang lebih lengkap, lebih cepat dan tentunya akan sangat memudahkan

transaksi pembayaran Anda. Gunakan POSPAY untuk pembayaran tagihan dan angsuran “apapun” secara online di Kantorpos.

c. Giropos

GIROPOS merupakan SOLUSI bagi individu atau institusi yang mempunyai kebutuhan untuk penampungan dan pendistribusian dana yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia.

d. Logistik

Layanan pengiriman barang dengan spesifikasi dan harga sesuai dengan permintaan/kesepakatan. Meliputi layanan kargo dan layanan logistik lainnya, seperti *Warehousing, Customs Clearance, Management Inventory, Marking & Labelling / Praposting* dan *Tracking*.

e. Fund Distribution

Layanan penyaluran dana dari perusahaan dan atau lembaga untuk masyarakat (*many to one*) secara *account to cash* atau *account to account*. Layanan ini meliputi Pembayaran Pensiun Pegawai dan Penyaluran Dana program-program dana pemerintah/lembaga.

f. Bank Channelling

Layanan perbankan yang ada di Kantor Pos, meliputi tabungan (*saving*) dan kredit. Layanan ini meliputi Tabungan, yaitu layanan simpan yang dimiliki oleh Bank di mana pos berperan dalam kegiatan di front office, dan layanan Kredit yaitu penyaluran kredit untuk pensiunan oleh Bank di Kantor Pos (<http://posindonesia.co.id/index.php/produk>).

## G. TINJAUAN PENELITIAN TERDAHULU

Akhmad Yunani (2006) melakukan penelitian yang berjudul *Perancangan Model Sales Force Automation (SFA) dalam Rangka Menunjang Customer Relationship Management (CRM) Studi Kasus pada PT Pos Indonesia (Persero)*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui cara merancang model penanganan data pelanggan bagi tenaga penjual sehingga data pelanggan yang terkumpul dalam proses penjualan bisa digunakan sebagai basis dalam program-program CRM yang terintegrasi nantinya dan diharapkan nantinya dapat memudahkan proses pengelolaan data pelanggan pada tingkat wilayah, kantor cabang dan tenaga penjual.

Penelitian ini mengumpulkan data-data yang diperlukan sesuai dengan tujuan penelitiannya, terdiri dari data tentang proses penjualan yang ada selama ini, pengelolaan data pelanggan, struktur organisasi terkait dengan aktifitas penjualan, data pelanggan bisnis, dan juga teknologi yang mungkin dapat digunakan untuk perancangan SFA. Pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan oleh ketersediaan data penjualan untuk jenis-jenis pelanggan, sampel tersebut adalah 9 kantor cabang di Wilayah IV Jabotabek atau Wilpos IV area DKI Jakarta, Bogor, Tangerang dan Bekasi.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa model dan rancangan aplikasi SFA yang diajukan dapat digunakan sebagai standar pengelolaan data pelanggan karena mampu mengidentifikasi pelanggan yang bernilai bagi PT Pos

dan mengintegrasikan data yang diperlukan dalam membangun pengetahuan tentang pelanggan, menyusun kebijakan penjualan dan program-program pemasaran untuk mempertahankan pelanggan dalam mengimplementasikan CRM.