

Pengembangan perusahaan jasa titipan PT. Citra Van titipan kilat sebagai penyelenggara perposan

Hutabarat, Martin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=79500&lokasi=lokal>

Abstrak

Perposan sebagai lalu lintas surat pos, uang dan barang serta pelayanan jasa lainnya berdasar ketentuan perundang-undangan yang berlaku, dalam penyelenggaraannya diarahkan untuk makin memperlancar arus surat dan barang keseluruh pelosok tanah air dan luar negeri. Penyelenggara perposan dilakukan oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan diperkenankan pula diselenggarakan oleh Badan Usaha Milik Swasta (BUMS). BUMS yang diperkenankan itu disebut Perusahaan Jasa Titipan (Perjastip). Namun dalam pelaksanaannya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku terdapat perbedaan, yaitu Perjastip hanya dapat melakukan kegiatan pos jenis tertentu yaitu Perjastip tidak diperkenankan untuk mengelola surat pos, warkat pos dan kartu pos.

Keikutsertaan peran swasta di bidang perposan tetap marak walaupun ada pembatasan tersebut. Salah satu diantaranya adalah PT. Citra Van Titipan Kilat disingkat PT. TIKI. Perusahaan ini dalam perjalanannya secara lambat namun pasti berkemampuan mengembangkan perusahaannya. Oleh karena itu adalah menarik untuk dibahas bagaimana pengembangan perusahaan dilaksanakan dan strategi apa yang ditentukan untuk diimplementasikan demi perkembangan perusahaan. Pelayanan yang disajikan adalah pelayanan yang berkualitas dengan menggunakan konsep strategi dan juga mengadakan pendekatan 7 simple strategies for success dengan melakukan penilaian atas pelayanan yang disajikan agar keinginan pengguna jasa (pelanggan) dapat terpenuhi.

Penerapan strategi dilakukan berdasar formulasi yang ditetapkan sekali dalam empat tahun. Setelah dilakukan penelitian lapangan dengan menggunakan Proses Hierarki Analitik, ditemu kenali bahwa alternatif strategi pengembangan perusahaan, hierarki strategi yang pertama adalah pemasaran dan diikuti oleh manajemen operasional, hierarki strategi ketiga adalah pengembangan teknologi dan keempat serta yang terakhir adalah pengembangan teritorial. Keempat alternatif strategi dimaksud lebih jauh dianalisis hasilnya ditemu kenali bahwa alternative strategi yang pertama : berbasis pemasaran adalah ketepatan waktu serah, berbasis pengembangan teknologi adalah teknologi tepat sasaran, berbasis manajemen operasional adalah perbaikan sistem dan prosedur sedangkan berbasis pengembangan teritorial adalah perluasan wilayah baru.