

Dr Setyo Riyanto SE MM, Direktur Ritel dan Properti PT Pos Indonesia (Persero)

Mantapkan Network Company dan Bangun Local Champion



PT POS INDONESIA (Persero), siapa pun pasti sudah banyak yang mengenal. Sebab, perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dikenal dengan bisnis surat menyuratnya ini, sudah ada sejak masih jaman kolonial Belanda. Namun, seiring dengan perjalanan waktu, kini perusahaan tersebut mentransformasi diri menjadi network company. Berbagai bisnis pun dilayani, dengan prinsip Palugada (Apa Loe Mau Gua Ada).

Dengan cara seperti itu, PT Pos Indonesia kini menjadi perusahaan BUMN yang untung. Padahal, sebelumnya PT Pos Indonesia dikenal sebagai perusahaan yang merugi dan tidak terawat. Bangunan kantor pos pun, banyak yang rusak. Begitu pula dengan aset-asetnya.

"Kita melakukan perubahan banyak. Salah satunya adalah dengan membuat kantor-kantor pos untuk bisa menghidupi diri sendiri. Dengan begitu, mereka akan lebih kreatif dengan usahanya," kata Direktur Ritel dan Properti PT Pos Indonesia (Persero) Dr Setyo Riyanto SE MM, saat diwawancarai di sela acara Gerakan Direksi Mengajar, di SMAN 19 Surabaya.

Dengan acara seperti ini, akhirnya kantor-kantor PT Pos Indonesia bisa mandiri. Dan tak tanggung-tanggung, saat ini

bisnis PT Pos Indonesia juga meraih laba yang signifikan. Jika pada tahun 2011 yang lalu laba yang diraih Rp 96 Miliar, maka tahun 2012 labanya mencapai Rp 271 miliar. Sedangkan untuk tahun 2013, ditargetkan laba yang diraup mencapai Rp 374 miliar.

"Laba itu merupakan laba bersih. Jadi di luar dana yang dibelanjakan, dan pembiayaan fasilitas pembangunan infrastruktur. Padahal, kita hingga April lalu sudah memperbaiki 563 kantor pos se-Indonesia. Dan kita pun optimis bisa mencapai target itu," terangnya.

Dengan laba yang besar tersebut, tak mengherankan jika prestasi PT Pos Indonesia ini mendapat acungan jempol dari pihak luar negeri. Terbukti beberapa negara



seperti Brunei Darussalam, Malaysia dan Singapura langsung datang untuk mencari tahu bagaimana pengelolaan bisnis di PT Pos Indonesia. Apalagi, seperti di Malaysia saja, pengelolaan bisnis pengiriman surat sudah dijual ke pihak swasta.

"Kemarin kita juga sempat ke Australia memaparkan tentang bisnis PT Pos Indonesia. Dan mereka kagum dengan kita (Pos Indonesia, red)," terangnya.

Tentu saja, kata Setyo, untuk bisa mentransformasi bisnis PT Pos Indonesia itu bukan hal yang mudah. Mereka harus berpikir kreatif, dan bisa melihat peluang yang bagus. Saat bisnis surat menyurat sudah mulai tergantikan dengan keberadaan SMS,

smartphone, maka pihaknya menggarap korporasi. Misalnya saja pengiriman tagihan-tagihan rekening listrik, telepon, kartu kredit, dan lain-lain.

Selain itu, kini PT Pos Indonesia juga melebarkan sayap bisnisnya dengan membuka pembayaran banyak hal. Seperti pembayaran listrik, PDAM, telepon, PBB, kartu kredit, cicilan perumahan, cicilan motor, dan lain-lain.

Tak hanya itu saja. Kini, PT Pos Indonesia juga sedang melakukan upaya membangun local champion di beberapa daerah. Ini merupakan salah satu bentuk upaya sumbangsih PT Pos Indonesia, untuk membuat perekonomian nasional kuat, dengan membuat ekonomi lokal yang hebat. Caranya adalah dengan menampung UKM-UKM di Indonesia lewat e-commerce. Di website resmi: www.plazapos.com, berbagai produk lokal bisa dipasarkan di website ini. Mereka tidak perlu membayar. Namun, jika ada yang memesan barang, maka pengirimannya menggunakan jasa PT Pos Indonesia.

"Jadi harga yang tercantum tersebut, sudah termasuk ongkos kirim," tuturnya.

Strategi lain yang dilakukan oleh PT Pos Indonesia untuk terus berkembang adalah dengan membuka layanan hingga 24 jam. Seperti saat ini salah satu contohnya adalah di kantor pos Juanda. Ditargetkan, nantinya dari 205 kantor pos induk di Indonesia, sebanyak 60 persen diantaranya bisa memberikan layanan hingga 24 jam. Dengan begitu, maka transaksi yang dilakukan pun akan makin besar. (nin)



POS INDONESIA

towards a leading network company

Perubahan dunia yang sangat cepat menuntut Pos Indonesia bertransformasi menuju perusahaan jaringan yang efisien, handal, kompetitif, dan modern. Inovasi berbagai produk dengan aplikasi teknologi tinggi menjadi keunggulan dalam memenangkan era digitalisasi dan persaingan global.

KANTOR POS