



Identitas Perusahaan

Corporate Identity



Logistik Indonesia

Identitas Perusahaan *Corporate Identity*

Nama Perusahaan : PT POS Indonesia (Persero)

Logo : PosIND

Dasar Hukum Pendirian Usaha *Legal Basis of Business Establishment*

Akta Notaris Sutjipto, S.H nomor : 117 tanggal 20 Juni 1995 sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Akta Notaris Nomor: 5 tanggal 5 Agustus 2024 yang dibuat dan disampaikan oleh Aryanti Artisari S.H., M.Kn. Notaris di Jakarta. Dengan status sebagai perseroan terbatas, Perusahaan beroperasi sebagai perusahaan layanan publik yang berorientasi laba yang juga mengedepankan tanggung jawab sosial dan keberlanjutan lingkungan dalam operasionalnya.

Notarial Deed of Sutjipto, S.H. number: 117 dated June 20, 1995 as amended several times, most recently by Notarial Deed Number: 5 dated August 5, 2024, made and submitted by Aryanti Artisari S.H., M.Kn. Notary in Jakarta. With the status of a limited liability company, the Company operates as a profit-oriented public service company that also prioritizes social responsibility and environmental sustainability in its operations.

Status *Status :*

Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

Perusahaan beroperasi sebagai entitas bisnis yang berorientasi laba, dan sebagai perusahaan layanan publik ditugaskan negara untuk menyelenggarakan *Public Service Obligation (PSO)* dengan memberikan Bantuan Operasional Layanan Pos Universal (BO LPU).

State-Owned Enterprises (SOEs)

The company operates as a profit-oriented business entity, and as a public service company, it is tasked by the state to administer the Public Service Obligation (PSO) by providing Universal Postal Service Operational Assistance (BO LPU).

Modal Dasar *Authorised Capital:*

Rp.1.500.000.000.000,00

Modal ditempatkan dan disetor penuh

Rp. 455.023.000.000,00

NPWP : 01.001.620.2-093.000

TDP : 9120405752938

Berdiri : 26 Agustus 1746

Beroperasi : 26 Agustus 1746

Telepon : (022) 421 3640

Faksimili : (022) 422 4552

E-mail : halopos@posindonesia.co.id

Website : www.posindonesia.co.id

Bidang Usaha *Line of Business*

- Usaha jasa pos dan giro termasuk jasa keuangan secara tunai maupun berbasis giro (*account*);
- Usaha jasa komunikasi, jasa logistik, jasa ritel, jasa keagenan usaha jasa pos dan giro sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
- Usaha pemanfaatan dan pengembangan sumber daya yang dimiliki untuk menunjang kegiatan utama Perseroan.
- Postal and current account services, including cash and account-based financial services;
- Communication services, logistics services, retail services, agency services for postal and current account services in accordance with applicable laws and regulations;
- Utilisation and development of resources owned to support the Company's main activities.

Alamat : Jl. Banda No. 30 Bandung 40115 Jawa Barat – Indonesia

Domisili Usaha : Jl. Banda No. 30 Bandung 40115 Jawa Barat – Indonesia

Perubahan Nama Perusahaan

Sejarah panjang Pos Indonesia bermula ketika Kantor Pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jenderal G.W Baron Van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk menjamin keamanan surat surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa serta 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 Kantor Pos 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.

Pada awalnya Pos Indonesia berstatus 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. Dinamika di sektor pos dan telekomunikasi berkembang begitu

Company Name Change

Pos Indonesia's long history began when the first post office was established in Batavia (now Jakarta) by Governor General G.W. Baron Van Imhoff on August 26, 1746, with the aim of ensuring the security of citizens' mail, especially for those trading from offices outside Java and for those coming from and going to the Netherlands. Since then, the postal service has been established, fulfilling its role and function as a public service.

Following the establishment of the Batavia Post Office, four years later, the Semarang Post Office was established to establish regular postal communications between the two locations and to expedite delivery. Postal routes at that time were through Karawang, Cirebon, and Pekalongan.

Initially, Pos Indonesia had the status of Jawatan PTT (Post, Telegraph, and Telephone). This business entity, led by a Head of the Office, was non-commercial in nature and focused primarily on providing public services. The rapid development of the postal and telecommunications sectors forced Pos Indonesia (Perum Pos



cepat membuat Pos Indonesia harus menyesuaikan diri 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.

Masa-masa keemasan industri perposan ada di tahun-tahun 1970 hingga 1980an. Masyarakat pengguna jasa pos sangat setia memanfaatkan layanan pos. Namun pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, perubahan gaya hidup, serta tren liberalisasi bisnis jasa pos membuat PT Pos Indonesia (Persero) mengalami pergeseran bisnis yang sangat signifikan. Seperti juga dialami banyak perusahaan pos di dunia, PT Pos Indonesia (Persero) sempat mengalami penurunan kinerja usahanya di tahun 2000–2007. Bisnis suratpos di tahun-tahun tersebut menurun drastis. Penggunaan pesan singkat melalui telepon selular dan internet menggantikan peran surat pos individu. Demikian juga persaingan kiriman barang dengan para perusahaan kurir swasta membuat pangsa pasar PT Pos Indonesia (Persero) tergerus. Keadaan tersebut memaksa PT Pos Indonesia (Persero) untuk berubah dan melakukan transformasi bisnis.

Dengan berjalannya waktu, Pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreativitasnya dalam pengembangan bidang perposan Indonesia dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100 persen

dan Giro) to adapt. In 1965, it became the State Postal and Giro Company (PN Pos dan Giro). In 1978, it became Perum Pos dan Giro, which has since been recognized as the sole business entity responsible for providing postal and giropos services for both domestic and international relations.

The postal industry's golden age was in the 1970s and 1980s. Postal users were very loyal to postal services. However, the rapid development of information and communication technology, changing lifestyles, and the trend of liberalization in the postal service business led PT Pos Indonesia (Persero) to experience a significant business shift. Like many postal companies worldwide, PT Pos Indonesia (Persero) experienced a decline in business performance between 2000 and 2007. The postal business declined drastically during these years. The use of short messages via mobile phones and the internet replaced the role of individual postal mail. Likewise, competition for goods delivery with private courier companies has eroded PT Pos Indonesia (Persero)'s market share. This situation has forced PT Pos Indonesia (Persero) to change and transform its business.

Over time, Pos Indonesia has demonstrated its creativity in developing Indonesia's postal sector by leveraging its network infrastructure, which encompasses approximately 24,000 service points, reaching 100 percent of cities/regencies, nearly 100 percent of sub-districts, 42 percent of

kota/kabupaten, hampir 100 persen kecamatan dan 42 persen kelurahan/desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil dengan prinsip inklusifitas sosial dan mendukung pemerataan akses layanan berkelanjutan ke seluruh pelosok negeri. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring Pos Indonesia sudah memiliki 3.870 Kantor Pos online, serta dilengkapi 23 *e-mobile* pos di beberapa kota besar, 266 loket *extension*, 13.878 agenpos kurir, 101.324 agenpos jasa keuangan (*jaskug*) 13.500 Oranger, Oranger mawar 1.166, serta PosAja! Drop Point 56.111. 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.

Sejak tahun 2009 hingga saat ini manajemen terus berbenah untuk membangun kompetensi perusahaan agar lebih adaptif terhadap perkembangan zaman. Melalui berbagai program transformasi internal dan bisnis perusahaan. Perkembangan teknologi yang semakin cepat telah menjadi pemicu percepatan proses komunikasi sehingga lebih cepat, praktis dan mudah. Sebagai salah satu penyedia jasa penyaluran informasi dan komunikasi, industri pos juga mengalami dampak dari perkembangan tersebut. Beberapa dampak yang dialami oleh perusahaan adalah terjadinya penurunan volume kiriman surat serta penurunan transaksi jasa keuangan akibat banyak bermunculannya *provider payment poin online* bank (PPOB) berbasis aplikasi maupun web.

villages, and 940 remote transmigration locations. This commitment is based on the principle of social inclusivity and supports equitable access to sustainable services throughout the country. Along with the development of information, communication, and technology, the Pos Indonesia network now has 3,870 online post offices, 23 *e-mobile* post offices in several major cities, 266 extension counters, 13,878 courier postal agents, 101,324 financial services postal agents (*Jaskug*), 13,500 Orangers, 1,166 Mawar Orangers, and 56,111 PosAja! Drop Points. All points form a solid and integrated chain. The Postal Code System was created to simplify postal processing, allowing every inch of Indonesia to be accurately identified.

Since 2009, management has continuously improved to build the company's competencies to be more adaptive to current developments. This has been achieved through various internal and business transformation programs. Rapid technological developments have accelerated communication processes, making them faster, more practical, and easier. As a provider of information and communication services, the postal industry has also experienced the impact of these developments. Some of the impacts experienced by the company are a decrease in the volume of mail sent and a decrease in financial service transactions due to the emergence of many application- and web-based online bank payment point (PPOB) providers.



Terjadi perubahan signifikan pada pasar sejak 2020 sehingga Pos harus bergerak lebih cepat dan tepat diantaranya:

1. Pandemi mengakibatkan penurunan ekonomi makro yang sangat signifikan pada tahun 2020, akibatnya sempat terjadi perlambatan ekonomi pada banyak sektor bisnis di Indonesia yang mempengaruhi proyeksi pertumbuhan ekonomi beberapa tahun ke depan.
2. Layanan digital semakin berkembang pesat akibat perubahan gaya hidup masyarakat pasca pandemi. Akibatnya, solusi terhadap berbagai permasalahan masyarakat semakin banyak dikemas dalam bentuk digital yang mendorong bisnis untuk semakin fleksibel dalam berinovasi.
3. Kompetitor semakin gencar melakukan inovasi dan akuisisi.
4. Banyak korporasi akan mengurangi space untuk bisnisnya pada masa New Normal (*Virtual Activity*). Dampak dari *New Normal* setelah *pandemic* akan mempengaruhi perilaku dunia usaha dimana akan terjadi kolaborasi dan aktivitas secara virtual.
5. Terganggunya kegiatan ekspor dan impor akibat berkurangnya kegiatan cargo udara sehingga mendorong aktivitas melalui kontainer laut. Akibat *pandemic* menyebabkan kegiatan cargo udara banyak yang terhenti karena tidak adanya aktivitas penerbangan antarnegara, sehingga akan lebih banyak ekspor dan impor melalui jalur laut via kontainer.
6. Industri Kurir, Logistik, Jasa Keuangan dan Properti telah mengalami perubahan signifikan

Significant market changes have occurred since 2020, requiring Post to move more quickly and precisely. These include:

1. The pandemic caused a significant macroeconomic downturn in 2020, resulting in an economic slowdown in many business sectors in Indonesia, impacting economic growth projections for the next few years.
2. Digital services are growing rapidly due to post-pandemic lifestyle changes. Consequently, solutions to various societal problems are increasingly being packaged digitally, encouraging businesses to be more flexible in innovation.
3. Competitors are increasingly aggressive in innovation and acquisitions.
4. Many corporations will reduce their business space during the New Normal (*Virtual Activity*) period. The impact of the New Normal after the pandemic will affect business behavior, with collaboration and activities moving virtually.
5. Export and import activities have been disrupted due to reduced air cargo activity, encouraging activities via sea containers. The pandemic has caused many air cargo activities to stop due to the absence of international flights, resulting in more exports and imports via sea containers.
6. The Courier, Logistics, Financial Services, and Property industries have experienced significant changes during the pandemic.

pada masa pandemi. Dampak dari kondisi pandemic telah merubah tatanan perekonomian dan kebiasaan baru dari masyarakat. Selain itu, pandemi mendorong transformasi digital yang berkelanjutan serta adaptasi bisnis yang responsif terhadap perubahan perilaku masyarakat, sejalan dengan upaya memperkuat sustainability perusahaan melalui inovasi teknologi hijau dan interaksi sosial yang lebih ramah lingkungan.

7. Meningkatnya *Touchless Interaction* Sehingga mendorong untuk inovasi dalam *Digital Service*, aktivitas *new normal* akan semakin didorong pada interaksi secara digital dan hal ini akan mendorong transaksi virtual.
8. Seiring dengan pesatnya perkembangan bisnis yang memicu kepada persaingan yang semakin kompetitif, maka PT Pos Indonesia (Persero) terus melakukan transformasi dan melakukan perubahan *landscape* bisnis, sehingga tetap dapat memiliki daya saing yang kuat untuk bersaing dengan seluruh kompetitor bisnisnya.

Pada tahun 2024, PosIND masih melanjutkan transformasi pada 7 elemen, antara lain:

1. Transformasi pada sektor bisnis, yang dilakukan demi meningkatkan pangsa pasar di bidang bisnis inti, yaitu kurir, jasa keuangan dan logistik.
2. Transformasi *product and channel*, yang dilakukan melalui pembaruan operasional dan layanan teknologi informasi dari semula fisik menjadi digital.

The impact of the pandemic has altered the economic landscape and changed people's habits. Furthermore, the pandemic is driving ongoing digital transformation and responsive business adaptation to changing consumer behavior, in line with efforts to strengthen corporate sustainability through green technology innovation and more environmentally friendly social interactions.

7. Increased Touchless Interaction is driving innovation in Digital Services. New normal activities will increasingly be driven by digital interactions, which will encourage virtual transactions.
8. In line with rapid business developments that are fueling increasingly fierce competition, PT Pos Indonesia (Persero) continues to transform and change its business landscape, ensuring it remains competitive against all its competitors.

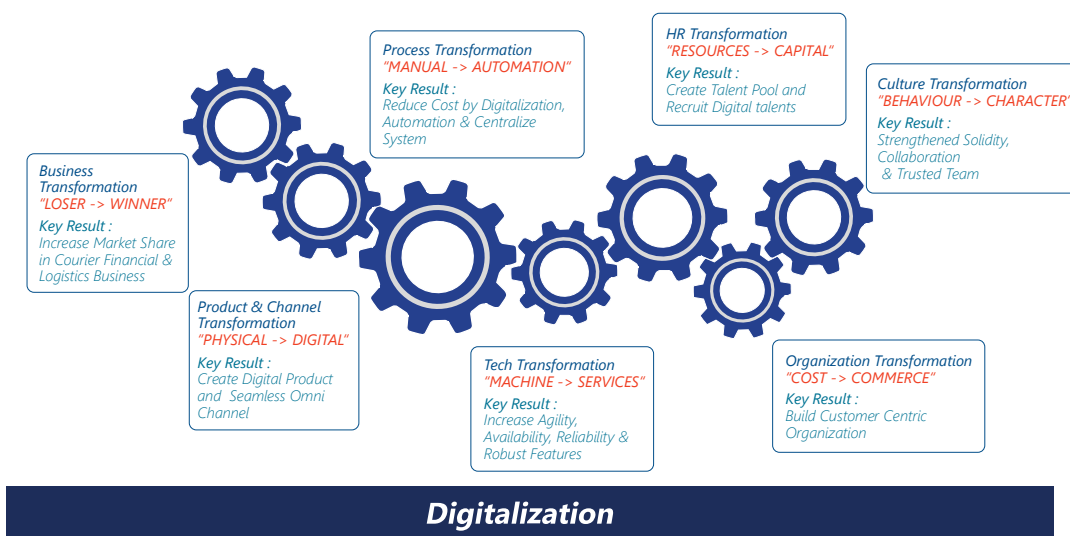
In 2024, PosIND will continue its transformation across seven elements, including:

1. Business sector transformation, undertaken to increase market share in core business areas, namely couriers, financial services, and logistics.
2. Product and channel transformation, undertaken through operational updates and information technology services, moving from physical to digital.

3. Transformasi proses, yaitu melakukan program transformasi proses dari manual menjadi otomatisasi dengan digitalisasi dan sentralisasi proses.
4. Transformasi teknologi. yaitu untuk meningkatkan kelincahan, ketersediaan, keandalan, dan penguatan fitur pada setiap platform yang dimiliki Pos Indonesia.
5. Transformasi sumber daya manusia (SDM), melalui program transformasi dengan membangun SDM yang kompetitif. Selain itu, membangun kinerja yang produktif, dengan membangun sistem manajemen karyawan.
6. Transformasi organisasi dengan memenuhi kebutuhan unit-unit bisnis sehingga memperkuat proses penjualan dan operasional.
7. Transformasi budaya, menerapkan *core values* AKHLAK sebagai nilai-nilai utama budaya perusahaan
3. Process transformation, implementing a process transformation program from manual to automated processes through digitization and process centralization.
4. Technology transformation. This includes improving agility, availability, reliability, and feature enhancements on every Pos Indonesia platform.
5. Human resource (HR) transformation, through a transformation program that builds competitive human resources. Furthermore, it also builds productive performance by establishing an employee management system.
6. Organizational transformation, addressing the needs of business units, thereby strengthening sales and operational processes.
7. Cultural transformation, implementing the core values of AKHLAK as the core values of the company culture.

Program Transformasi PosIND 2024

PosIND Transformation Program 2024



Pada 2020 - 2024 berbagai langkah transformasi yang dijalankan Pos Indonesia telah membuat proses bisnis dan internal terdigitalisasi sehingga layanan dan kinerja Perusahaan semakin baik dalam menghadapi tantangan yang semakin beragam. Komitmen PT Pos Indonesia (Persero) dalam memberi kontribusi maksimal bagi bangsa dan negara tercermin dari peran-peran PT Pos Indonesia (Persero) sebagai berikut:

1. PT Pos Indonesia (Persero) sebagai *community center*, yaitu untuk melayani masyarakat melalui jasa-jasa yang diberikan;
2. PT Pos Indonesia (Persero) sebagai perpanjangan tangan pemerintah dalam melayani masyarakat;
3. PT Pos Indonesia (Persero) sebagai perantara komunikasi antar masyarakat, organisasi, hingga negara;
4. Menjadi salah satu infrastruktur negara, khususnya di bidang komunikasi dan logistik.

Sebagai BUMN yang berbentuk Perseroan Terbatas maka PT Pos Indonesia (Persero) tunduk kepada Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Selain itu, keberadaan PT Pos Indonesia (Persero) sebagai BUMN yang bergerak dalam layanan bisnis surat, logistik dan jasa keuangan juga tunduk kepada berbagai peraturan perundang-undangan sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN
2. Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 tentang Pos

From 2020 to 2024, various transformation steps undertaken by Pos Indonesia have digitized business and internal processes, improving the Company's services and performance in facing increasingly diverse challenges. PT Pos Indonesia (Persero)'s commitment to maximizing its contribution to the nation and state is reflected in the following roles:

1. PT Pos Indonesia (Persero) as a community center, serving the community through the services it provides;
2. PT Pos Indonesia (Persero) as an extension of the government in serving the community;
3. PT Pos Indonesia (Persero) as a communication intermediary between communities, organizations, and the state;
4. Become one of the country's infrastructure, especially in the fields of communication and logistics.

As a state-owned enterprise (BUMN) in the form of a Limited Liability Company, PT Pos Indonesia (Persero) is subject to Law Number 40 of 2007 concerning Limited Liability Companies. Furthermore, PT Pos Indonesia (Persero)'s existence as a state-owned enterprise engaged in mail, logistics, and financial services is also subject to various laws and regulations, as follows:

1. Law Number 19 of 2003 concerning State-Owned Enterprises
2. Law Number 38 of 2009 concerning Post



UNIVERSAL POSTAL UNION

Sebagai anggota Universal Postal Union (UPU), PT Pos Indonesia (Persero) harus memperhatikan dua prinsip dasar dalam penyelenggaraan layanan pos, yaitu:

1. *SINGLE POSTAL TERRITORY*

Berdasarkan prinsip ini, seluruh wilayah negara anggota UPU termasuk dalam wilayah pos tunggal sehingga Indonesia dianggap sebagai bagian dari wilayah pos tunggal yang merupakan kesatuan bagi pertukaran kiriman pos.

2. *FREEDOM OF TRANSIT*

Berdasarkan prinsip ini, PT Pos Indonesia (Persero) dalam kapasitasnya sebagai operator ditugaskan dan mewakili negara, wajib menyalurkan atau meneruskan seluruh kiriman pos negara lain dengan sarana yang paling aman dan rute tercepat

As a member of the Universal Postal Union (UPU), PT Pos Indonesia (Persero) must adhere to two basic principles in providing postal services:

1. *SINGLE POSTAL TERRITORY*

Based on this principle, all UPU member countries are included in a single postal territory, thus Indonesia is considered part of a single postal territory that serves as a unified postal exchange.

2. *FREEDOM OF TRANSIT*

Based on this principle, PT Pos Indonesia (Persero), in its capacity as the assigned operator and representing the country, is obliged to distribute or forward all postal items to other countries using the safest means and the fastest route.

Perubahan Nama Perusahaan

1. PTT (Post, Telegraaf, en Telefoondienst) tahun 1875
2. Djawatan PTT (Pos, Telegrap, Telepon) pada tahun 1945;
3. Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel) di tahun 1961
4. PN Pos & Giro di tahun 1965
5. Perum Pos dan Giro di tahun 1978.
6. PT Pos Indonesia (Persero) secara resmi digunakan pada tahun 1995.

Company Name Change

1. PTT (Post, Telegraph, and Telephone) in 1875
2. Djawatan PTT (Post, Telegraph, and Telephone) in 1945;
3. The State Postal and Telecommunications Company (PN Postel) in 1961
4. PN Pos & Giro in 1965
5. Perum Pos dan Giro in 1978.
6. PT Pos Indonesia (Persero) was officially established in 1995.

1877 UNION POSTALE UNIVERSELLE

Sejak pemerintahan kolonial dinas pos pemerintahan Hindia Belanda sudah berhubungan dalam pengiriman surat dan barang secara internasional, sehingga tercatat sebagai anggota Union Postale Universelle (UPU).

Since the colonial government, the Dutch East Indies postal service has been involved in sending letters and goods internationally, so it is registered as a member of the Union Postale Universelle (UPU).

1945 HARI BAKTI POSTEL

Pada saat pendudukan Jepang di Indonesia, jawatan PTT dikuasai oleh militer Jepang. 27 September 1945 Angkatan Muda PTT mengambil alih kekuasaan PTT dan secara resmi berubah menjadi Jawatan PTT Republik Indonesia. Peristiwa tersebut diperingati menjadi Hari Bakti PTT atau Hari Bakti POSTEL.

During the Japanese occupation of Indonesia, the PTT office was controlled by the Japanese military. On September 27, 1945, the PTT Youth Force took over the power of the PTT and officially changed to the PTT Bureau of the Republic of Indonesia. This event is commemorated as PTT Service Day or POSTEL Service Day.

1978 PERUSAHAAN UMUM POS DAN GIRO

Pada tahun 1978 berubah menjadi Perusahaan Umum Pos dan Giro yang sejak ini ditekankan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas suratpos dan dinas giropos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri.

In 1978 it changed to the Public Post and Giro Company which has since been confirmed as the sole business entity in organizing postal mail and postal giro services for both domestic and international relations.

1991 PT DAPENSI DWI KARYA.

Salah satu unit usaha Dapenpos yang bergerak dibidang jasa layanan transportasi yang mendukung kegiatan PT Pos Indonesia (Persero) dan perusahaan-perusahaan lainnya.

One of the Dapenpos business units which operates in the field of transportation services which supports the activities of PT Pos Indonesia (Persero) and other companies.

1995 PT POS INDONESIA (PERSERO)

Selama 17 tahun berstatus Perusahaan Umum. Pada tanggal 20 Juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero).

For 17 years, it had the status of a Public Company. On June 20, 1995, it changed its status to a Limited Liability Company under the name PT Pos Indonesia (Persero).

2001 POLITEKNIK POS INDONESIA

Politeknik Pos Indonesia merupakan institusi yang didirikan oleh YBPPI berdiri dengan bidang Perguruan Tinggi pada jalur Diploma III dan Diploma IV.

Indonesian Postal Polytechnic is an institution founded by YBPPI which is established in the field of Higher Education on the Diploma III and Diploma IV pathways.

2013 PT POS PROPERTI INDONESIA

PT Pos Properti Indonesia dibentuk dengan tujuan untuk memberikan solusi bisnis dalam bidang *property development* dan *property management consultant*.

PT Pos Properti Indonesia was formed with the aim of providing business solutions in the field of property development and property management consultant.

2019 PT POS FINANSIAL INDONESIA

PT Bhakti Wasantara Net bertransformasi menjadi PT Pos Finansial Indonesia (PosFin) dengan wajah baru dengan layanan berbasis teknologi yaitu *digital payment* dan *digital solution*.

PT Bhakti Wasantara Net has transformed into PT Pos Finansial Indonesia (PosFin) with a new face with technology-based services, namely digital payments and digital solutions.

1875 POST EN TELEGRAAFDIENST

Dinas pos disatukan dengan dinas telegraf dengan status jawatan dengan nama POST EN TELEGRAFDIENST.

The postal service was combined with the telegraph service with the status of a government agency under the name POST EN TELEGRAFDIENST.

1906 PTT (Post, Telegraaf, en Telefoondienst)

Pemerintah Hindia Belanda membentuk Dinas PTT

The Dutch East Indies government established the PTT Service

1965 PN POS DAN GIRO

Mengamati perkembangan zaman di mana sektor pos dan telekomunikasi berkembang sangat pesat, maka pada tahun 1965 berganti menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro).

Observing the development of the times where the postal and telecommunications sector was developing very rapidly, in 1965 it changed to the State Post and Giro Company (PN Pos and Giro).

1988 DANA PENSIUN POS INDONESIA

Berdiri sebagai Badan Hukum yang menyelenggarakan Program Pensiun yaitu suatu program yang menjajikan sejumlah uang yang pembayarannya dikaitkan dengan pencapaian usia tertentu.

Established as a Legal Entity that organizes a Pension Program, namely a program that promises a certain amount of money whose payment is linked to reaching a certain age.

1992 PT DAPENSI TRIO USAHA

Salah satu unit usaha Dapenpos sekaligus sebagai afiliasi PT Pos Indonesia (Persero) dengan konsentrasi bisnis Business Process Outsourcing (BPO), Cleaning Service, Security Service, Main Agent Pospay dan General Trading.

One of Dapenpos' business units and an affiliate of PT Pos Indonesia (Persero) with a business concentration in Business Process Outsourcing (BPO), Cleaning Service, Security Service, Main Agent Pospay and General Trading.

2000 YAYASAN PENDIDIKAN BHAKTI POS INDONESIA (YBPPI)

(YBPPI) bernaung secara langsung dibawah pengawasan PT Pos Indonesia (Persero) berdiri dibidang institusi pendidikan tinggi.

(YBPPI) is directly under the supervision of PT Pos Indonesia (Persero) and is established in the field of higher education institutions.

2012 PT POS LOGISTIK INDONESIA

PT Pos Logistik Indonesia berdiri dengan bidang usaha jasa transportasi, jasa pergudangan, pengiriman kargo, dan regulated agent atau agen inspeksi.

PT Pos Logistik Indonesia was established with the business fields of transportation services, warehousing services, cargo delivery, and regulated agent or inspection agent.

2013 SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN LOGISTIK (STIMLOG)

STIMLOG merupakan institusi yang didirikan oleh YBPPI, berdiri dengan bidang Perguruan Tinggi Manajemen Logistik untuk jenjang strata-1 (S1) yang pertama di Indonesia.

STIMLOG is an institution founded by YBPPI, established in the field of Logistics Management College for undergraduate (S1) level, the first in Indonesia.

2021 PENATAAN DAN PENGUATAN PONDASI

Penataan kembali dan penguatan fondasi digitalisasi layanan Pos Indonesia dengan transformasi berkelanjutan untuk merebut kembali pangsa pasar dan menjadi "Top 25 Global Operator in UPU Rank" dan "Top 3 Domestic E-commerce Courier Provider"

Restructuring and strengthening the foundation of Pos Indonesia's digitalization services with continuous transformation to reclaim market share and become a "Top 25 Global Operator in UPU Rank" and "Top 3 Domestic E-commerce Courier Provider"