

## BAB III

### OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Tinjauan Perusahaan

##### 3.1.1 Identitas Perusahaan

Nama Perusahaan	: PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir
Nama Panggilan	: JNE
Bidang Perusahaan	: Bergerak dalam bidang pengiriman dan logistik
Alamat Kantor Pusat	: Jl. Tomang Raya No. 45, Jakarta Barat 11440
Alamat Kantor cabang	: Jl Raya Permata Kawalayaan Komp. Permata Kawalayaan Ruko No.1-4 Soekarno-Hatta.
Telepon/Fax	: (022) 7335454/55
Web	: <a href="http://www.jne.co.id/">http://www.jne.co.id/</a>
Twitter	: <a href="https://twitter.com/JNE_ID">https://twitter.com/JNE_ID</a>
Facebook	: <a href="https://id-id.facebook.com/JNEPusat/">https://id-id.facebook.com/JNEPusat/</a>
Instagram	: <a href="https://instagram.com/jne_id/">https://instagram.com/jne_id/</a>

##### 3.1.2 Sejarah Perusahaan

PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir merupakan perusahaan bidang jasa dengan fokus pada pengiriman barang (logistik). Perusahaan ini telah berkembang pesat dengan jaringan sangat luas di seluruh Indonesia. Dengan proses pengiriman yang tepat dan cepat, membuat jasa perusahaan ini banyak dipakai. Di Indonesia, perusahaan ini telah menjadi salah satu perusahaan dengan pelayanan jasa kurir terbesar di bidangnya.

Pada tanggal 26 November 1990, H Soeprpto Suparno mendirikan perusahaan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir. Perusahaan ini mulai sebagai divisi dari PT Citra Van Titipan Kilat (TiKi) yang bergerak dalam bidang internasional. Dengan delapan orang dan kapital 100 miliar rupiah JNE memulai kegiatan

usahanya yang terpusat pada penanganan kegiatan kepabeanan, impor kiriman barang, dokumen serta pengantaranya dari luar negeri ke Indonesia.

Pada tahun 1991, JNE memperluas jaringan internasional dengan bergabung sebagai anggota asosiasi perusahaan-perusahaan kurir beberapa negara Asia (ACCA) yang bermakas di Hongkong yang kemudian memberi kesempatan kepada JNE untuk mengembangkan wilayah antaran sampai ke seluruh dunia. Karena persaingannya di pasar domestik, JNE juga memusatkan memperluas jaringan domestik. Dengan jaringan domestiknya TiKi dan namanya, JNE mendapat keuntungan persaingan dalam pasar domestik. JNE juga memperluas pelayanannya dengan logistik dan distribusi. Selama bertahun-tahun TiKi dan JNE berkembang dan menjadi dua perusahaan yang punya arah diri sendiri. Karena hal tersebut ini dua perusahaan ini menjadi bersaing. Akhirnya JNE menjadi perusahaan diri sendiri dengan manajemen diri sendiri. JNE meluncurkan logo sendiri dan membedakan dari TiKi. JNE juga membeli gedung-gedung pada tahun 2002 dan mendirikan JNE Operations Sorting Center. Kemudian gedungnya untuk pusat kantor JNE juga dibelikan dan didirikan pada tahun 2004. Duaduanya berada di Jakarta.

### **3.1.3 Visi, Misi dan Nilai-nilai Dasar Perusahaan**

#### **3.1.3.1 Visi Perusahaan**

“Perusahaan Rantai Pasok Global Terdepan di Dunia”

#### **3.1.3.2 Misi PT Tiki Jalur Ekakurir (JNE)**

“Memberi Pengalaman Terbaik kepada Pelanggan Secara Konsisten”

### 3.1.3.3 Nilai-Nilai Dasar PT Tiki Jalur Ekakurir (JNE)

1. Jujur
2. Disiplin
3. Tanggung Jawab
4. Visioner

### 3.1.3.4 Bidang Usaha Perusahaan :

Jasa kurir pengiriman logistik

### 3.1.3.5 Produk Perusahaan :

1. Diplomat Service
2. Super Speed
3. YES
4. Reguler
5. OKE

Sumber :

(<http://www.jne.co.id/index.php?mib=pages&id=2008081110525004&lang=IN>, diakses pada tanggal 9 November 2015, pukul 15:13).

### 3.1.4 Logo Perusahaan



Sumber : [www.jne.co.id](http://www.jne.co.id), November 2015

**Gambar 3.1**  
**Logo JNE**

Dari logo JNE terdapat garis dimulai dari datar dan kecil (awal) dan besar meruncing (akhir) diartikan sebagai usaha yang dimulai dari awal (*starting points*) yang datar dan kecil berkembang menjadi besar dengan selalu memperhatikan ketajaman dan keakuratan (gambar garis meruncing) atau dengan kata lain peningkatan kualitas dan kuantitas yang baik. Warna merah mencerminkan semangat, kekuatan, dinamis, dan ambisi yang terus meningkat. Garis yang melengkung mencerminkan fleksibilitas, dan juga mencerminkan jalur atau jaringan yang luas dan ini sesuai dengan visi perusahaan. Garis melengkung yang menembus ke depan huruf "E" mencerminkan suatu perjalanan waktu yang mendapat anugrah dari Allah SWT yang sampai saat ini masih bertahan dan berkembang untuk terus memperkuat posisi perusahaan. Dan jika logo itu kita putar 45 derajat ke atas maka garis melengkung warna merah itu membuat angka satu atau biasa kita sebut eka yang Insya Allah dapat sesuai dengan ide dasar untuk menjadi jagonya lokal dan diakui di dunia internasional. Dengan satu garis melengkung yang membuat banyak makna serta mengartikan dari mana perusahaan itu mencerminkan suatu efektifitas, efisiensi, dan fleksibilitas serta sejalan dengan misi perusahaan. Warna biru font di buat *italic* mencerminkan suatu kecepatan yang sangat diperlukan oleh perusahaan. Dengan moto "EXPRESS ACROSS NATION" lebih memperkuat logo tampilan sebagai suatu perusahaan jasa kurir. Keseimbangan dan kejujuran merupakan unsur terpenting dalam berusaha agar dapat menata dengan baik menghasilkan *output* yang maksimal untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat yang merupakan unsur terpenting dalam jasa kurir.

### 3.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan

Setiap perusahaan dibentuk atas dasar tujuan tertentu. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut maka perlu dibentuk suatu organisasi agar tujuan yang telah ditentukan tersebut dapat menyusun organisasi yang terdiri atas orang-orang yang cakap dan memiliki dedikasi tinggi dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya. Struktur organisasi PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandung menunjukkan penjelasan wewenang dan pengaturan tanggungjawab organisasi perusahaan untuk menunjang segala aktivitas perusahaan agar tercipta keserasian antar elemen yang ada dalam perusahaan. Struktur yang dianut di perusahaan ini adalah struktur organisasi garis, di mana tanggungjawab perusahaan pada garis langsung dan perintah langsung dari pimpinan perusahaan. Dalam mengatur perusahaan pimpinan memberikan perintah langsung pada bagian yang akan dimintai tolong untuk mengerjakan suatu hal dalam pekerjaan karena tidak adanya pengawasan, di samping itu pimpinan juga mengawasi jalannya perusahaan. Pelaksanaan proses pengorganisasian yang sukses akan membuat suatu organisasi dapat mencapai tujuannya. Adapun gambaran secara umum struktur organisasi pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandung, sebagai berikut :



Sumber : PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Bandung

### **Bagan 3.1** **Struktur Organisasi PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Bandung**

#### **3.1.6 Job Description**

Tugas dan tanggungjawab dari masing-masing bagian dalam struktur organisasi JNE EXPRESS Cabang Bandung sebagai berikut :

- 1) Kepala Cabang
  - a. Memimpin perusahaan cabang dan karyawan
  - b. Bertanggungjawab atas operasional perusahaan dalam menyelesaikan dan melaksanakan tugas sehari-hari
  - c. Menjabarkan program kerja
  - d. Memperhatikan perkembangan pasar
- 2) Bagian Pemasaran
  - a. Mencari pelanggan atau pengguna jasa
  - b. Memperkenalkan fasilitas-fasilitas perusahaan yang ada
  - c. Mengurusi keluar masuknya barang
- 3) Bagian Personalia
  - a. Mengurusi perekrutan karyawan atas ijin Direktur
  - b. Mengurusi mengenai data-data karyawan
  - c. Memberikan gaji bagi karyawan
  - d. Mengurusi karyawan yang mengajukan pinjaman uang
- 4) Bagian Administrasi
  - a. Mengklasifikasi surat jalan yang telah disepakati penerima barang
  - b. Mengarsipkan permohonan faktur surat jalan dengan pengiriman barang sesuai pemberangkatan dari Bandung

- c. Mengurus segala sesuatu untuk memperlancar proses bongkar muat barang
- 5) Bagian Keuangan
  - a. Memegang sirkulasi keuangan perusahaan
  - b. Mengklasifikasi piutang perusahaan
  - c. Memberikan instruksi ke bagian penagih untuk menagih kepada bagi yang mempunyai hutang
- 6) Bagian Operasional
  - a. Mengecek ulang terhadap pendapat dengan biaya operasional
  - b. Mengurusi pendistribusian barang mulai dari muat sampai pada proses pembongkaran saat sampai tujuan
  - c. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh direktur
- 7) Bagian Gudang
  - a. Menghitung setiap jumlah barang yang masuk
  - b. Mengemas atau mengepak barang yang akan dikirim sepraktis dan serapi mungkin agar aman saat di armada
  - c. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Direktur
- 8) Bagian Administrasi Pajak dan Statistik
  - a. Berwenang untuk menjamin kelancaran operasional armada yang digunakan
  - b. Mengurusi setiap pembayaran pajak
- 9) Bagian Kurir
  - a. Mengantarkan barang sampai ke tempat penerima
  - b. Melakukan bongkar muat barang masuk atau dating
- 10) Bagian Penagihan
  - a. Menerima instruksi dari bagian keuangan mengenai piutang yang telah jatuh tempo
  - b. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Direktur

(Sumber : PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Bandung)

### **3.1.7 Ruang Lingkup Perusahaan**

#### **3.1.7.1 Layanan Pendistribusian Perusahaan**

Mengenai pendistribusian barang perusahaan menggunakan jasa tenaga kurir yang akan mengantar barang tersebut sampai ke tempat penerima. Untuk

memberi kepuasan kepada pelanggan perusahaan menyediakan beberapa macam jenis layanan, di antaranya adalah sebagai berikut :

1) Layanan kurir intra kota (*Intra City*)

Adalah layanan penjemputan dan pengiriman yang diberikan kepada pelanggan dengan lingkup hanya dalam satu kota saja, jenis layanan yang diberikan :

- a. *Regular* (Pengantaran dalam waktu 2-5 hari)
- b. *Urgent* (Pengantaran 1 hari)
- c. *Top Urgent* (Pengantaran dalam hari yang sama)

2) Layanan kurir dalam negeri (*Domestic Courier*)

Adalah layanan penjemputan dan pengiriman yang diberikan kepada pelanggan dengan lingkup seluruh wilayah Indonesia, dengan jenis layanan yang diberikan :

- a. Ongkos Kirim Ekonomis (OKE)

Merupakan jenis layanan kiriman dengan harga yang sangat ekonomis dengan estimasi waktu penyampaian 2-4 hari kerja atau lebih tergantung dari tujuannya dan tidak melayani pengantaran hari minggu ataupun hari libur.

- b. Express Regular

Merupakan jenis layanan dengan estimasi waktu penyampaian 1 hari kerja untuk tujuan (*destination*) kota-kota yang dapat dilayani dengan penerbangan langsung (*direct flight*), layanan ini tidak melayani pengantaran pada hari minggu dan hari libur.

c. Yakin Esok Sampai (YES)

Merupakan layanan kiriman yang melayani pengiriman ke beberapa kota tujuan di mana apabila kiriman secara otomatis akan dikembalikan kepada pengirim (*money back guarantee*), kiriman ini melayani pengantaran untuk hari minggu dan hari libur.

d. *Special Services (SS)*

Merupakan layanan pengiriman dengan waktu penyampaian dilakukan pada hari yang sama atau paling lambat keesokan harinya sebelum jam 10.00 waktu setempat, layanan ini berlaku untuk tujuan yang mempunyai penerbangan langsung, untuk kiriman ini berlaku *cut off time* dengan menyesuaikan jadwal penerbangan.

e. *Diplomat Service*

Merupakan layanan dengan penekanan utama pada faktor pengamanan kiriman, karena proses pengirimannya dilakukan dengan “*Hand Carry*” diantar sendiri dengan kurir khusus yang menumpang pesawat bersama paket yang dikirim.

3) Layanan kurir internasional (*International Courier*)

Adalah layanan pengiriman dan penjemputan kiriman yang diberikan kepada pelanggan dengan meliputi wilayah berbagai negara tujuan di seluruh dunia.

4) Layanan kargo laut dan udara (*Sea and Air Cargo Service*)

Adalah layanan pengiriman kargo yang diberikan kepada pelanggan dengan lingkup pengantaran ke seluruh wilayah Indonesia dan ke berbagai

negara tujuan di seluruh dunia dengan menggunakan sarana ekspedisi laut dan udara.

5) Layanan perpindahan dan angkutan darat (*Moving and Trucking*)

Adalah layanan perpindahan dan pengepakan barang seluruh isi rumah, kantor, pabrik, atau galeri dan memindahkannya ke lokasi baru serta membuka pengepakan di mana sebelumnya JNE mengadakan kunjungan untuk mendiskusikan pengemasan, pengepakan serta pengaturan transportasi angkutan yang tepat sampai ke tujuan.

6) Logistik dan Distribusi (*Logistic and Distribution*)

Adalah jenis layanan yang terintegrasi antara Pergudangan (*Warehouse*), Pencatatan (*Inventory*), dan sekaligus Pengantarannya (*Distribution*).

7) Jasa layanan kepabeanan (*Customs Clearance*)

Adalah layanan yang diberikan kepada *customer* guna mengantisipasi dan menghindari keterlambatan dalam proses pengurusan kepabeanan sehingga konsumen bisa mendapatkan kirimannya tepat pada waktunya.

8) Jasa penjemputan bandara (*Airport Escort*)

Adalah layanan yang diberikan kepada pelanggan yang bertujuan untuk menjamin kelancaran proses kedatangan, transit atau keberangkatan para pelanggan. Dalam pelayanan ini JNE menyediakan jasa pendamping melalui proses imigrasi dan kepabean, mengatur transportasi, penginapan, serta reservasi tiket. Membantu pelanggan menghindari keterlambatan dan antrian yang tidak perlu.

### 9) Jasa pengiriman uang (*Money Transferring*)

Dalam usaha memenuhi permintaan konsumen untuk pengiriman uang, terhitung Oktober 2006, JNE bekerja sama dengan suatu badan usaha yang bergerak dalam bidang pengiriman uang Western Union telah dapat melayani permintaan konsumen tersebut walaupun palayanannya masih sangat terbatas dan baru beberapa *counter* saja tetapi JNE terus berusaha memperbanyak konter-konternya dengan memanfaatkan seluruh jaringan kerja JNE.

Sumber : [www.jne.co.id](http://www.jne.co.id), November 2015  
(<http://www.jne.co.id/index.php?mib=opportunity&lang=IN>, diakses pada tanggal 9 November 2015, pukul 16:18)

<p>a. <i>Customs hours</i> :</p> <p>Rush Handling</p> <p>Setiap hari : 08:00 - 24:00.</p>	<p>b. <i>Normal Cargo</i></p> <p>Senin - Jumat : 08:30 - 17:00.</p> <p>Sabtu : 08:30 - 13:00.</p> <p>Minggu : Tutup.</p>
---	--

#### 3.1.7.2 Bentuk Perizinan Perusahaan

- a. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) No. 04416/1.824.51
- b. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) No. 01.539.710.2-036.000
- c. Surat Izin Pengusaha Jasa Titipan (SIPJT) No. 240/SIPJT/DIRJEN/1996
- d. Surat Izin Usaha Jasa Pengurusan Transportasi (SIUPJT) No. B.272/AL.003/KW.IX/99
- e. Sertifikat Perusahaan Pengurusan Jasa Kepabeanan (PPJK) No. 275/WBC.45/KJ-03/PPJK/1997

- f. Angka Pengenal Importir-umum (APR-U) No. 090200596
- g. Tanda Daftar Perusahaan Perseroan Terbatas (TDPPT) No. 09.02.1.63.07745
- h. Surat Pengukuhan Pengusaha Kena Pajak No. PEM-002 45/WPJ.05/KP 0803/2007
- i. Domisili No.281/1.824.03/2009

#### **A. Penghargaan dan Keanggotaan :**

##### **1. Penghargaan**

- ADIKARYA POS - Tahun 1998
- ADIKARYA POS - Tahun 2001
- SATYALANCANA WIRAKARYA - Tahun 2004
- SUPERBRANDS Indonesia - Tahun 2005
- ANUGRAH PRODUK ASLI INDONESIA - Tahun 2008
- SATYALANCANA WIRAKARYA - Tahun 2009
- Western Union Award - Pertumbuhan Transaksi Tertinggi & Pertumbuhan Penerimaan Tertinggi - Tahun 2010
- Indonesia Brand Champion 2012 versi MarkPlus Insight kategori Silver Brand Champion of Logistics – 2012
- Indonesia Brand Champion 2012 versi MarkPlus Insight kategori Bronze Brand Champion of Most Popular Brand dan Silver Brand Champion of Most Recommended Brand - 2012

## 2. Anggota Asosiasi :

- ASPERINDO (Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres Indonesia)
- FIATA (International Federation of Freight Forwarders Associations)
- IATA (International Air Transport Associations)
- GAFEKSI (Gabungan Forwarder & Expedisi Indonesia)

## 3. Sertifikat :

- ISO 9001 - 2000 - diraih tahun 2004
- ISO 9001 - 2000 - diraih tahun 2009
- ISO 9001 - 2008 - diraih tahun 2011

### Network Growth

Per Januari 2011

**Tabel 3.1**  
*Network Growth JNE Express*

PROVINSI	CABANG	AGEN	SUB-AGEN	GERAI
JAKARTA	16	-	-	309
JAWA	8	15	52	289
SUMATERA	4	8	110	151
KALIMANTAN	3	3	45	37
SULAWESI	2	4	28	32
BALI / NTT / NTB	1	2	17	16
PAPUA / MALUKU	-	5	12	1
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>37</b>	<b>264</b>	<b>835</b>

Sumber : [www.jne.co.id](http://www.jne.co.id), November 2015

### 3.1.8 Aktivitas Proses Operasional *Public Relations* Perusahaan

#### 1. Aktivitas *Public Relations* pada tahap *Definding Public Relations Problem*

*Customer Relations* merupakan salah satu kegiatan *Public Relations* yang dimiliki oleh setiap perusahaan, seperti PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) juga melakukan kegiatan *customer relations* kepada pelanggannya. PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) merupakan salah satu perusahaan yang berhubungan langsung dengan pelanggannya, bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang dan logistik.

Namun dalam pelaksanaannya, ternyata banyak sekali kendala yang terjadi, yang akhirnya membuat banyak pelanggannya merasa dirugikan. Pelangganpun menyampaikan keluhan mereka kepada perusahaan. Keluhan tersebut disampaikan melalui tiga cara, yaitu : pertama, dengan cara menghubungi langsung ke kantor pusat dan menyampaikan keluhannya kepada *customer service*, melalui telepon, dan email. Kedua, ada beberapa pelanggan yang menyampaikan keluhan mereka pada kolom surat pembaca media massa online. Keluhan ini, mereka sampaikan pada kolom surat pembaca di situs web kompas, [www.kompas.com](http://www.kompas.com). Keluhan-keluhan tersebut sebagian besar berisi rasa kecewa karena barang yang diantar tidak sampai tepat pada hari yang telah ditentukan oleh PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir. Dan yang terakhir, ada juga pelanggan yang menyampaikan keluhan mereka dengan cara datang langsung ke kantor PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandung yang terletak di jalan Raya Permata Kawalayaan Komp. Permata Kawalayaan Ruko No. 1-4 Soekarno-Hatta yang menyediakan layanan *customer service* (CS).

Dengan banyaknya keluhan dari pelanggan yang dimuat pada kolom media massa, tentu dapat berakibat pada menurunnya citra positif JNE di mata khalayak. Hal tersebut berpengaruh pada berkurangnya kepercayaan khalayak terhadap JNE yang menyebabkan pelanggan yang sudah biasa memakai jasa perusahaan enggan menggunakan kembali jasanya. Hal ini pun berpengaruh pada pelanggan baru yang ingin menggunakan jasa PT Tiki Jalur Ekakurir (JNE).

Menghadapi persoalan tersebut, tentulah peran seorang Praktisi *Public Relations* sangat berarti, mengingat *Public Relations* adalah corong penghubung antara perusahaan dengan semua publiknya. *Public Relations* lah yang seharusnya menyelesaikan masalah ini, karena kegiatan pokok seorang praktisi *Public Relations* adalah membina hubungan baik dengan segala publiknya dan menjaga citra positif perusahaan.

## **2. Aktivitas *Public Relations* pada tahap *Planning and Programming***

Pelayanan jasa pengiriman barang yang diberikan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) semakin beragam dan inovatif, *brand trust* dan Loyalitas pelanggan sangat menentukan kualitas pelayanan yang diberikan dapat sesuai dengan harapan mereka. Mempertahankan pelanggan yang loyal, serta menjaga agar tidak beralih ke jasa pengiriman barang sejenis merupakan hal yang penting untuk mengikat pelanggan-pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). Untuk itu perusahaan perlu membangun strategi pemasaran seperti harga yang terjangkau, promosi penjualan yang efektif untuk menarik pelanggan baru, *customer service* yang sigap dalam melayani pelanggan, serta jaminan pada resiko

kehilangan atau kerusakan pengiriman paket yang berdampak terhadap *Brand Trust* dan Loyalitas Pelanggan jasa PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).

Dalam hal ini, kegiatan yang dilakukan seorang praktisi *Public Relations* dituntut lebih kepada tahap berpikir “Berdasarkan dari apa yang ia ketahui mengenai situasi perusahaan, apa yang harus ia lakukan, katakan dan mengapa ?” sehingga untuk menjawab pertanyaan tersebut maka diperlukan sebuah strategi. Dari asumsi tersebut maka Praktisi *Public Relations* PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) harus mampu merancang berbagai program marketing untuk mendukung upaya peningkatan daya saing di lingkungan kompetitif jasa pengiriman logistik di Kota Bandung.

Pemilihan strategi pemasaran perlu memperhatikan faktor situasional dan persaingan yang dihadapi oleh perusahaan. Pengambilan keputusan hendaknya menciptakan program pemasaran yang kohesif di pasar sasaran, program pemasaran menggabungkan semua kemampuan pemasaran menjadi sekumpulan kegiatan untuk menentukan posisi perusahaan terhadap pesaing, dalam rangka bersaing merebut konsumen sebagai pasar sasaran perusahaan.

### **3. Aktivitas *Public Relations* pada tahap *Taking Action and Communicating***

Tahap *taking action and communicating* ini merupakan tahap pelaksanaan/tahap *action* dari kegiatan *Public Relations* sesuai dengan fakta dan data yang telah dirumuskan dalam bentuk perencanaan, dengan cara apa dalam mengkomunikasikannya, menggunakan bentuk komunikasi apa, misalkan komunikasi persona, dll.

Pada tahap ini, semua yang direncanakan oleh *Public Relations Officer* mulai dilaksanakan. Dalam pelaksanaannya, *Public Relations Officer* PT Tiki Jalur Nugraha di bantu oleh beberapa staff terutama staff pada divisi marketing. Karena perencanaan atau program yang di rencanakan sedikit banyak melibatkan strategi marketing *Public Relations*. Di sinilah *Public Relations Officer* dituntut untuk mengembangkan, dan membangun hubungan yang baik, tidak hanya dengan pihak publik internal perusahaan dan pers tetapi juga dengan berbagai pihak luar atau kalangan terkait.

#### **4. Aktivitas *Public Relations* pada Tahap *Evaluating the program***

Tahap akhir dalam proses operasional ini meliputi penilaian terhadap persiapan, implementasi, dan hasil program. Penyesuaian atau perubahan dibuat ketika program diimplementasikan berdasar evaluasi atas apakah program berjalan lancar atau tidak. Program dilanjutkan atau diberhentikan setelah mempelajari “Bagaimana hasil dari upaya yang kita lakukan?”. Pertanyaan tersebut harus dapat dijawab oleh praktisi *Public Relations* PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.

Tujuan dari tahap ini adalah untuk dapat memperbaiki kekurangan yang dapat diketahui melalui *briefing*, rapat bulanan, rapat mingguan dengan seluruh pihak karyawan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). Kemudian, dapat ditetapkan hal-hal mana saja yang dapat tetap dipertahankan atau tetap dijalankan dan hal-hal apa saja yang dirasa harus atau perlu diganti atau dihilangkan.

## 3.2 Metodologi Penelitian

### 3.2.1 Metode Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pengiriman logistik yaitu PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). Adapun pengertian penelitian menurut I Made Wiratha, yaitu sebagai berikut:

“Penelitian didefinisikan sebagai kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis dan penyajian data secara sistematis dan objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum.” (Wiratha, 2006:76)

Selain itu, agar dapat menerapkan suatu teori terhadap suatu permasalahan, diperlukan metode yang dianggap relevan dan membantu memecahkan permasalahan. Menurut I Made Wiratha, menyatakan bahwa :

“Metode merupakan jalan yang berkaitan dengan cara kerja dalam mencapai sasaran yang diperlukan bagi penggunaannya, sehingga dapat memahami obyek sasaran yang dikehendaki dalam upaya mencapai sasaran atau tujuan pemecahan permasalahan.” (Wiratha, 2006:77)

Sedangkan, pengertian metode penelitian adalah suatu cara atau jalan untuk memperoleh kembali pemecahan terhadap segala permasalahan (Wiratha, 2006:77). Berdasarkan dari pengertian tersebut, maka metode penelitian adalah teknik atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan dan mencatat data, baik data primer maupun data sekunder yang dapat digunakan untuk keperluan menyusun karya ilmiah yang kemudian menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan, sehingga akan didapat suatu kebenaran atau data yang diinginkan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan menggunakan data kualitatif (data hasil wawancara), yaitu penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya. Pengertian dari metode deskriptif menurut Sugiyono, adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2005:21). Metode ini bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi atau bidang tertentu secara faktual dan secara cermat. Metode deskriptif tidak mencari atau menjelaskan suatu hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rakhmat, 2004: 25).

Adapun pengertian lain dari metode deskriptif menurut Moh. Nazir yaitu sebagai berikut :

“Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti suatu kelompok manusia, suatu set kondisi suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang untuk membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan-hubungan secara fenomena yang diselidiki.”(Nazir, 2003:63).

Sedangkan menurut Moh. Nazir pengertian dari metode deskriptif analisis adalah penelitian yang ditujukan untuk menyelidiki secara terperinci aktivitas dan pekerjaan manusia dan hasil penelitian tersebut dapat memberikan rekomendasi-rekomendasi untuk keperluan masa yang akan datang. (Nazir, 2003:71).

Ciri dari metode deskriptif adalah titik beratnya pada observasi dan suasana alamiah. (Rakhmat, 2004:25). Saat peneliti melakukan kegiatan pengamatan, ia hanya membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan

mencatatnya dalam buku observasi. Oleh sebab itu peneliti harus mencari, bukan menguji. Ia harus dapat memiliki kekuatan untuk memadukan berbagai informasi yang diterimanya untuk dijadikan satu kesatuan. Jadi, metode ini tidak hanya menjabarkan tetapi juga memadukan, dan tidak hanya melakukan klarifikasi, tetapi juga organisasi (Rakhmat, 2004:26).

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mengamati langsung kegiatan/aktivitas *Public Relations* yang dilakukan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandung guna memperoleh informasi dan gambaran untuk dapat dijadikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

### **3.2.2 Sumber Data Penelitian (*Key Informan*)**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, yaitu :

#### **1. Data Primer**

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono, sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012: 137). Adapun data primer diperoleh dari hasil wawancara peneliti kepada *key informan* penelitian, yaitu : Ibu Kurnia Hayati selaku *Public Relations Officer* PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandung, beserta 2 orang Staff Marketing Promosi yaitu : Rakhmat Munggarani dan Lirih Prakasa.

## 2. Data Sekunder

Pengertian dari data sekunder menurut Sugiyono adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. (Sugiyono, 2012: 137). Adapun data sekunder dalam penelitian ini, antara lain disajikan dalam bentuk data-data, dokumen, tabel-tabel mengenai topik penelitian yaitu mengenai proses operasional *Public Relations* PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dalam upaya meningkatkan daya saing di lingkungan kompetitif jasa pengiriman logistik di Kota Bandung. Data ini merupakan data yang berhubungan secara langsung dengan penelitian yang dilaksanakan dan bersumber dari kantor PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bandung.

### 3.2.3 Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan proses penguraian variabel penelitian ke dalam subvariabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasionalisasi dilakukan bila dasar konsep dan indikator masing-masing variabel sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu dilakukan analisis faktor.

Berdasarkan judul penelitian, “Proses Operasional *Public Relations* PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dalam meningkatkan daya saing di lingkungan kompetitif Jasa pengiriman logistik di Kota Bandung”, maka variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu :

**Variabel** : Proses Operasional *Public Relations* PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dalam meningkatkan daya saing di lingkungan kompetitif jasa pengiriman logistik di Kota Bandung

Adapun indikator penelitian berasal dari empat tahapan proses operasional *Public Relations* menurut Cutlip, Center and Broom, sebagai berikut :

**Indikator 1** : Tahap *Definding Public Relations Problems*

Alat Ukur :

- Menganalisa perilaku umum dan hubungan organisasi terhadap lingkungan.
- Menentukan dan memahami secara benar perilaku tiap-tiap kelompok terhadap organisasi.
- Menganalisis tingkat opini publik, baik yang intern (*internal public*) maupun yang ekstern (*external public*).
- Mengantisipasi kecenderungan-kecenderungan, masalah-masalah potensial, kebutuhan-kebutuhan dan kesempatan-kesempatan.

**Indikator 2** : Tahap *Planning and Programming*

Alat Ukur

- Menentukan formulasi dan merumuskan kebijakan-kebijakan.
- Membuat perencanaan strategi komunikasi
- Merencanakan alat atau cara yang sesuai untuk meningkatkan atau mengubah perilaku masyarakat sasaran. Termasuk membuat budget/anggaran biaya operasionalnya.

**Indikator 3** : Tahap *Taking Action and Communicating*

Alat Ukur

- Menjalankan dan melaksanakan aktivitas-aktivitas sesuai dengan program yang telah direncanakan.
- Menjalin komunikasi internal dan eksternal
- Menjalin hubungan baik internal dan eksternal
- Membangun opini Internal dan Eksternal
- Menerima umpan balik untuk di evaluasi, kemudian mengadakan penyesuaian-penyesuaian yang diperlukan.

**Indikator 4** : Tahap *Evaluating the program*

Alat Ukur :

- Mengukur hasil kerja
- Menilai kualitas dan kuantitas program yang dilakukan.
- Menilai efek yang timbul setelah pelaksanaan kegiatan.

### 3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Arikunto menyatakan, yang dimaksud dengan teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data penelitiannya. (Arikunto, 2002: 197). Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono, wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

(Sugiyono, 2012:231). Adapun wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara tanya jawab langsung kepada *Public Relations Officer* PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir mengenai kegiatan atau aktivitas proses operasional yang dilakukan dalam upaya meningkatkan daya saing di lingkungan kompetitif jasa pengiriman logistik di Kota Bandung.

## 2. Observasi

Sutrisno Hadi dalam Sugiyono mengemukakan bahwa, “observasi merupakan proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan” (Sugiyono, 2012:145).

Adapun observasi yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu pada pelaksanaan kegiatan atau program yang direncanakan oleh *Public Relations Officer* PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir dalam upaya meningkatkan daya saing di lingkungan kompetitif jasa pengiriman logistik di Kota Bandung.

## 3. Studi Pustaka

Menurut Sugiyono, studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah. (Sugiyono, 2012:291).

Untuk mengumpulkan data-data dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan berbagai macam data dan teori yang dikumpulkan melalui buku-buku, internet, makalah, seminar dan informasi sebagai penunjang

penelitian serta bahan-bahan tertulis lainnya sebagai dasar penulisan. Data yang dikumpulkan berupa dokumentasi yang berhubungan dengan proses operasional *Public Relations* yang dilakukan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir, serta materi-materi konsep tentang aktivitas proses operasional *Public Relations*.

### 3.2.5 Validitas Data dengan Triangulasi

Melalui validitas data ini akan diketahui valid atau tidaknya suatu penelitian yang dilakukan. Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Teknik triangulasi menurut Denzim (Moelong, 2004: 178-179) dapat dibedakan menjadi empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Sedangkan menurut Patton dalam Meleong, menjabarkan teknik triangulasi data sebagai berikut :

1. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi, dan membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.
2. Triangulasi dengan metode, menurut Patton terdapat dua strategi yaitu, pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

3. Triangulasi dengan penyidik adalah dengan memanfaatkan peneliti atau penyidik lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data.
4. Triangulasi dengan teori, Patton beranggapan bahwa fakta tertentu dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori yang disebutnya dengan penjelasan pembandingan (Moleong, 2004: 178-179).

Dalam penelitian ini, uji validitas data yang digunakan oleh peneliti adalah triangulasi dengan teori. Di mana peneliti beranggapan bahwa hasil data dari penelitian yang dilakukan dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan cara membandingkannya dengan teori yang digunakan dalam penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori mengenai proses operasional *Public Relations* menurut Cutlip, Center, and Broom pada tahun 1985 dan tahun 1994, yang mengemukakan tentang tahap-tahap proses operasional *Public Relations* haruslah melalui 4 tahapan yaitu : 1. *Definding Public Relations Problems*, 2. *Planning and Programming*, 3. *Taking Action and Communicating*, 4. *Evaluating the Program*.