

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Observasi

1.1.1 Sejarah PT. JNE

Pada tahun 1990, PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) melayani masyarakat dalam urusan jasa kepabeanan terutama import atas kiriman peka waktu melalui gudang 'Rush Handling'. Kecepatan dan kehandalan layanan yang konsisten dan bertanggung jawab membuat kredibilitas JNE semakin tinggi di mata pelanggan maupun mitra kerja.

Seiring dengan peningkatan investasi asing, pertumbuhan ekonomi dalam negeri, dan perkembangan teknologi informasi, serta beragam inovasi produk yang dikembangkan, kinerja JNE semakin tumbuh juga berkembang di kalangan dunia usaha maupun masyarakat Indonesia.

Perkembangan dunia usaha dan gaya hidup masyarakat membuat permintaan penanganan kiriman import peka semakin berkembang. Tak hanya mencakup paket kecil dan dokumen, tetapi merambah pada penanganan transportasi, logistik, serta distribusi. Peluang yang terus tumbuh ini mendorong JNE untuk terus memperluas jaringannya ke seluruh kota besar di Indonesia. Saat ini titik-titik layanan JNE telah mencapai diatas 6,000 lokasi dan masih terus bertambah, dengan jumlah karyawan lebih dari 40,000 orang. Lebih dari 150 lokasi JNE telah terhubung dengan sistem komunikasi on-line, dikawal oleh sistem dan akses situs informasi yang efektif serta efisien bagi konsumen dalam upaya mengetahui status terkini pengiriman paket atau dokumen. JNE mengedepankan sumber daya manusia sekaligus teknologi sebagai bagian dari pengembangan. Dari mesin X-Ray, GPS, hingga alat komunikasi satelit. Kehandalan dan komitmen JNE ini terbukti dengan diraihnya berbagai bentuk penghargaan serta sertifikasi ISO 9001:2008 atas sistem manajemen mutu.

1.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 1.1

Logo PT Tiki JalurNugraha Ekakurir (JNE)

Sumber : www.jne.co.id

- A. Filosofi Super Grafis JNE : Tiga garis warna sebagai warna dasar JNE ini juga menjelaskan bahwa JNE menghubungkan kebahagiaan melalui 3 moda transportasi yaitu darat, udara , dan laut. Bentuk garis miring saling berkesinambungan melambangkan kecepatan, semangat, dan dinamis.
- B. Makna Warna : Merah yaitu mewakili Kendala yang dihadapi customer dalam pengiriman barang atau dokumen, antara lain : cara, waktu , biaya, jarak dan tujuan pengantaran yang sulit dijangkau. Biru yaitu mewakili Solusi yang diberikan JNE kepada customer dalam mengantarkan kebahagiaan, dan Abu-abu yaitu mewakili Proses yang dilakukan JNE dalam pengiriman barang atau dokumen, antara lain : pick-up, invound, dan delivery.

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

- a. Visi: Untuk menjadi perusahaan rantai pasok global terdepan di dunia
- b. Misi: Untuk memberi pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten

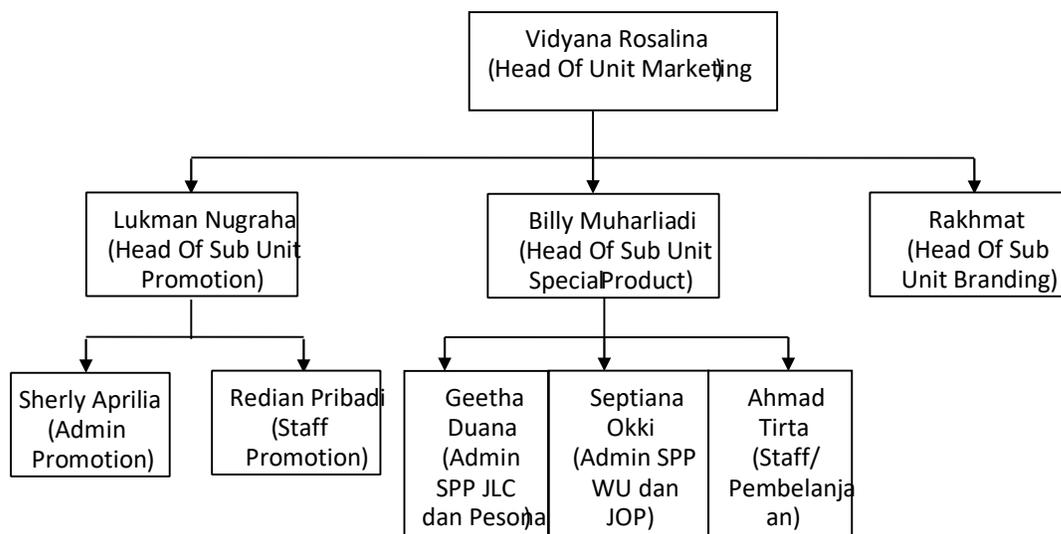
1.1.4 Produk/Layanan

Adapun produk dan layanan yang diberikan oleh PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) diantaranya :

- a. Super Speed adalah layanan pengiriman dengan mengutamakan kecepatan dan penyampaiannya pada hari yang sama atau sesuai dengan waktu yang telah ditentukan/disepakati. Paket cepat Internasional
- b. YES (Yakin Esok Sampai) layanan dengan waktu penyampaian di tujuan keesokan hari (termasuk Minggu dan hari libur nasional).
- c. REG (Reguler) adalah layanan pengiriman ke seluruh wilayah Indonesia, dengan perkiraan waktu penyampaian kiriman 1-7 hari kerja, tergantung pada zona daerah yang menjadi tujuan pengiriman.
- d. OKE (Ongkos Kirim Ekonomis) adalah Layanan pengiriman ke seluruh wilayah Indonesia dengan tarif ekonomis dengan perkiraan waktu penyampaian kiriman lebih lama dari Service REGULER. Tergantung pada zona daerah yang menjadi tujuan pengiriman.

- e. JNE Pick – Up Point (JNE PIPO) adalah layanan alternatif pelanggan dalam proses penerimaan kiriman.
- f. JNE *Online Booking* (JOB) adalah layanan pemesanan tiket pengiriman JNE secara online dimana pelanggan bisa mengisi resi pengiriman dan melakukan pembayaran biaya pengiriman secara online di *www.booking.jne.co.id* kapan saja dan dimana saja.
- g. My JNE adalah aplikasi berbasis android yang terhubung dengan nomor telepon pelanggan JNE Express, baik sebagai pengirim maupun sebagai penerima.
- h. PESONA (Pesanan Oleh-oleh Nusantara) adalah ragam makanan khas Nusantara dapat dipesan secara online dan akan didatangkan langsung dari daerah asalnya.

1.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 1.2

Struktur Organisasi PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)

Sumber : Diolah oleh Penulis, 2019

1.2 Latar Belakang Objek Observasi

Perubahan dunia yang begitu pesat telah membuat produsen dan para penjual berpikir keras agar mampu bertahan dalam persaingan usaha. Begitu pula yang terjadi dalam industri jasa pengiriman di Indonesia. Setelah memasuki masa krisis pada tahun 1998, kini persaingan di sektor jasa pengiriman semakin meningkat, yang ditunjukkan dengan semakin banyaknya jasa-

jasa pengiriman baru yang bermunculan. Persaingan ditandai dengan adanya berbagai promosi harga jasa yang ditawarkan oleh jasa pengiriman untuk merebut hati konsumen.

Perkembangan industri jasa pengiriman di Indonesia berkembang karena dengan adanya suatu kebutuhan dan keinginan diri dari konsumen, begitu juga dengan konsumen atau masyarakat yang sudah mengenal internet sebagai gaya hidup mereka. Maka banyaknya para perusahaan jasa melakukan suatu strategi penjualannya dengan cara apapun untuk menarik para calon pelanggan dan pelanggannya dalam menciptakan suatu pemenuhan kebutuhan yang diinginkan oleh para pelanggannya. dengan melakukan suatu penyusunan strategi pemasaran, hal ini dilakukan agar terbangunya citra perusahaan yang baik.

Dalam mempertahankan dan menumbuhkan citra perusahaan yang baik PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau bisa dikenal dengan sebutan JNE. Melakukan berbagai strategi pemasaran yang bergerak pada internal atau pun eksternal hal ini dilakukan untuk mempertahankan dan menumbuhkan citra yang baik bagi perusahaan dan terdapat Hubungan antara CSR dan Citra Perusahaan Menurut Suryanto (2016:168) untuk mempertahankan citra dan reputasi perusahaan dibutuhkan program terencana, yang sinergis dengan langkah kerja perusahaan, salah satu program ideal untuk mempertahankannya adalah *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan yang memberikan sumbangsuhnya kepada masyarakat jika dilaksanakan dengan ikhlas, jujur dan tepat dapat memberikan dampak yang positif terutama pada aspek nama baik dan finansial organisasi.

JASA KURIR

MEREK	TBI	TOP
JNE	49.4%	TOP
Tiki	34.7%	TOP
Pos Indonesia	8.4%	
DHL	1.3%	

Gambar 1.3
Topbrand-award 2017

Sumber : *topbrand-award 2017 fase 2* (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_2)

JASA KURIR

MERЕК	TBI	TOP
JNE	47.6%	TOP
Tiki	35.7%	TOP
Pos Indonesia	9.6%	
DHL	1.3%	

Gambar 1.4
Topbrand-award 2016

Sumber : *topbrand-award 2016 fase 2* (http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 dan 2016 berturut-turut JNE termasuk dalam kategori TOP Brand Award tetapi dikarenakan banyaknya pesaing lainnya. Maka PT.Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dalam lingkup bisnis tidak hanya mempertimbangkan apa yang terbaik bagi perusahaan saja melainkan juga memikirkan yang terbaik untuk masyarakat umum, hal ini mendorong PT.Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) untuk memperhantikan lingkungan sekitar dan tidak hanya terpaku pada keuntungan semata, hal ini dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan yang baik.

Seiring dengan semakin besar dan luasnya pengaruh perusahaan terhadap kehidupan masyarakat, sudah seharusnya perusahaan bertanggung jawab terhadap keseluruhan lingkungan, baik lingkungan internal maupun eksternal. Kinerja perusahaan dan kegiatan pembiayaan proyek kini tidak dapat lagi dipisahkan dari pertimbangan aspek sosial dan lingkungan. Hal ini perlu di perhatikan karena menyangkut kredibilitas, reputasi dan kinerja

Perusahaan yang bertanggung jawab pada lingkungan, akan mendapatkan banyak manfaat, salah satunya adalah peningkatan reputasi atau citra perusahaan baik. Bagi perusahaan, reputasi merupakan aset yang paling utama dan tak ternilai harganya, karena citra perusahaan

akan mempengaruhi loyalitas konsumen. Oleh karena itu segala upaya dan biaya digunakan untuk memupuk, merawat, serta mengembangkannya. Membangun citra perusahaan biasanya dilakukan melalui kegiatan-kegiatan perusahaan salah satunya adalah program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kegiatan CSR harus dilakukannya karena tanggung jawab sosial dijadikan strategi keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta wahana untuk menjaga pandangan positif masyarakat terhadap citra perusahaan. CSR dapat dipergunakan perusahaan sebagai senjata jitu dalam berbagai aspek seperti pembeda dengan perusahaan lainnya, membuka akses investasi dan pembiayaan bagi perusahaan dan lain-lain. Salah satu jenis program CSR dilakukan oleh PT. Tiki Jalue Nugraha Eka yaitu, JNE Hijau Adalah program tanggung jawab sosial perusahaan JNE di bidang pelestarian lingkungan. Tujuan dari program CSR JNE Go Green ini diantaranya untuk mendukung gerakan pungut sampah dan pembuatan taman kota ilmu pengetahuan. Penerapan yang dilakukan oleh PT. Tiki Jalur Nugraha Eka CSR "JNE Hijau" Dalam Pembangunan Taman Cikapayang-Dago, Bandung. Dalam menjalankan program CSR, JNE bekerjasama dengan Pemkot Bandung, keterlibatan JNE dalam renovasi dan pembangunan Taman Cikapayang-Dago menjadi sebuah kesempatan baik untuk menyebarkan nilai-nilai pelestarian lingkungan agar lebih dikenal masyarakat dan berkontribusi dalam pembangunan.



Gambar 1.5
Taman DAGO - CIKAPAYANG

Sumber : Diolah oleh penulis, 2019

Selain itu Taman Cikapayang yang terletak Jl. Ir. H.Djuanda No.79, Lb. Siliwangi, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat, yang sebelumnya dipenuhi dengan pohon-pohon yang hampir menutupi jalan, kini sudah dibuat lebih indah dan rapih. PT JNE melalui program CSR

ini juga menambahkan sarana dan prasarana untuk menghiasi area Taman Cikapayang dengan melengkapi area dengan *amphitheater* berkapasitas hingga 300 orang. Air mancur dengan hiasan lampu berwarna yang tampil memesona saat malam hari, membuat semakin cantik Taman Cikapayang ini. Model dari taman yang mempunyai *trademark* tulisan DAGO ini hampir mirip dengan Taman Musik yang berada di Jalan Bali. Desain dibuat dengan tujuan untuk menampung segala kegiatan publik, termasuk aktifitas dari para komunitas kreatif, kesenian atau kebudayaan. Taman Cikapayang kini dikelola oleh Dinas Perumahan, Kawasan Permukiman, Pertanahan dan Pertamanan (DPKP3) Kota Bandung.

Namun pada intinya program CSR harus terkait dengan upaya memaksimalkan dampak positif dan meminimumkan dampak negatif dari suatu kegiatan bisnis. Oleh karena itu diperlukan konsep penerapan CSR yang efektif dan efisien yang sesuai dengan kegiatan utama. Sehingga CSR tidak hanya memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat tetapi juga bagi perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka diangkatlah penelitian dengan judul: “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di Taman Cikapayang-Dago Terhadap Citra Perusahaan (Studi pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) - Cabang Bandung Tahun 2019)”.

1.3 Perumusan Masalah

Penulis merumuskan suatu permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut:

- a. Seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan yang ada di PT. Jalur Nugraha Ekakurir ?
- b. Bagaimana Tanggapan Responden terhadap *Corporate Social Responsibility* yang ada pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu

- a. Untuk mengetahui Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan yang ada di PT. Jalur Nugraha Ekakurir ?
- b. Untuk mengetahui Faktor apa saja yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* dalam upaya meningkatkan Citra Perusahaan jasa PT. Jalur Nugraha Ekakurir ?

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Bagi Penulis

Menambah pengetahuan baru dalam menganalisis dan merealisasikan pelajaran yang di peroleh selama perkuliahan di bidang D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom kedalam kasus yang terjadi dilapangan dan dapat direalisasikan dalam dunia kerja. Laporan Tugas Akhir ini juga bertujuan untuk memperoleh gelar Ahli Madya.

1.5.2 Kegunaan Bagi Perusahaan

Sebagai bahan peninjauan sejauh mana Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Persusahaan pada Perusahaan JNE di Kota Bandung.

1.5.3 Kegunaan Bagi Pembaca

Sebagai refrensi dalam penelitian selanjutnya. Khususnya dibidang ilmu Manajemen Pemasaran juga sebagai informasi dan pengetahuan tambahan.

1.6 Batasan Penelitian

Batasan ini dibuat sebagai pembatas dalam penelitian ini dapat terarah, maka peneliti membatasi penelitian ini sebagai berikut:

- a. Variable dan Sub Variable penelitian ini menggunakan dua variable yaitu:
 - i. Variable independent Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR).
 - ii. Variable dependent yaitu Citra Perusahaan
- b. Lokasi dan Obyek penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung dengan obyek masyarakat Kota Bandung yang pernah mengunjungi Taman Cikapaang – Dago.

- c. Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 5 bulan, mulai dari bulan Januari samapai dengan Juli 2019.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan di bagi menjadi lima (5) bab, yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Penelitian ini diawali dengan penjelasan tentang latar belakang masalah yang menjadi pemicu munculnya permasalahan. Dengan latar belakang masalah tersebut ditentukan rumusan masalah yang lebih terperinci sebagai acuan untuk menentukan hipotesis. Dalam bab ini pula dijabarkan tentang tujuan dan kegunaan penelitian, dan pada akhir bab dijelaskan tentang sistematika penelitian yang akan digunakan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Sesuai dengan judul yang tertera, pada bab II ini akan diuraikan tentang landasan teori yang menjadi dasar pemikiran dalam mencari pembuktian dan solusi yang tepat untuk hipotesis yang akan diajukan. Sebagai acuan akan diuraikan pula penelitian terdahulu yang telah dilakukan peneliti sebelumnya, yang memiliki keterkaitan dengan variabel-variabel hipotesis yang akan diajukan. Dalam bab ini pula akan dijabarkan tentang kerangka pemikiran dan hipotesis dari permasalahan yang ada pada Bab I.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini akan diuraikan langkah-langkah dan prosedur-prosedur penelitian untuk menggambarkan bagaimana penelitian ini dilakukan.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini akan dijabarkan tentang hasil analisis data yang di dapat dari objek penelitian (sampel) beserta penjelasan yang diperlukan. Analisis data dan penjabarannya akan didasarkan pada landasan teori yang telah di jabarkan pada Bab II, sehingga segala permasalahan yang dikemukakan dalam Bab I dapat terpecahkan atau mendapat solusi yang tepat

BAB V Penutup

Berdasarkan penjelasan hasil analisis data pada Bab IV di atas, akan dirumuskan kesimpulan yang merupakan pembuktian dari hipotesis yang ada pada bab II. Di samping itu juga, akan diutarakan keterbatasan penelitian yang dilakukan serta saran-saran yang diharapkan bisa berguna bagi instansi terkait.