

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. Tiki Jalur Nugraha Eka Kurir Pekanbaru**

Perusahaan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau biasa yang dikenal dengan Tiki JNE didirikan oleh H. Soeprapto Suparno bersama Johari Zen pada tanggal 26 November 1990. Perusahaan ini memulai kegiatannya dengan delapan karyawan dan modal 100 miliar rupiah. Pusat kegiatan usahanya yaitu penanganan kegiatan kepabean, impor kiriman barang, dokumen, serta pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia.

Tahun 1991, JNE memperluas jaringan internasional dengan bergabung sebagai anggota asosiasi perusahaan-perusahaan kurir beberapa negara Asia (ACCA) yang bermarkas 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 domestic. JNE juga memperluas pelayanannya dengan logistik dan distribusi. Selama bertahun-tahun TIKI dan JNE berkembang menjadi dua perusahaan yang punya arah sendiri. Karena itu, keduanya menjadi saingan dan akhirnya JNE menjadi perusahaan sendiri dengan manajemen diri sendiri. JNE meluncurkan logonya sendiri pada tahun 2000 dan berpisah dari TIKI. JNE lalu berusaha melakukan inovasi dengan memberikan

layanan yang berbeda dengan TIKI. Kesan awal, masyarakat menganggap layanan JNE lebih mahal dari yang lainnya.

Oleh karena segmen yang dibidik memang segmen premium. Pengembangan produk dan layanan yang berbeda di JNE antara lain menyediakan jasa kurir, logistic, money remittance hingga jasa kargo. Sebagai sister company dengan TIKI, secara etika bisnis, JNE menghadapi kesulitan tidak boleh beradu harga dan layanan dengan TIKI. Namun, ternyata industri pengiriman berkembang dan pasarnya ikut membesar sehingga JNE tidak perlu berebut pasar. Perlahan-lahan JNE menemukan banyak layanan baru yang tidak terpikirkan sebelumnya. JNE lalu membeli gedung pada tahun 2002 dan mendirikan JNE Operations Sorting Centers. Tahun 2004 JNE membeli gedung baru yang merupakan kantor pusat JNE dan kedua gedung ini berada di Jakarta.

Dari tahun ke tahun, pertumbuhan bisnis JNE semakin baik, bahkan di atas rata-rata pertumbuhan industri. Industri sendiri bertumbuh hanya sebesar 10% - 15%, namun bisnis JNE tumbuh hingga 20% tiap tahunnya. Resep keberhasilan JNE adalah tidak mau menunggu konsumen. Lebih baik, JNE menjemput bola. Kurir JNE langsung menjemput barang ke rumah konsumen yang ingin mengirimkan barang. Hanya dengan menelepon, kurir pasti datang ke rumah.

Pada Tahun 2008 perusahaan buka cabang sampai ke seluruh Propinsi yang ada di Indonesia. Seiring dengan semakin meningkatnya permintaan pengiriman barang melalui PT.Tiki. Tentu saja hal ini harus diiringi, peningkatan service kepada pelanggan, jadwal keberangkatan tepat waktu peningkatan SDM yang dapat diandalkan penambahan Armada angkutan dan lain-lainnya. Dengan

Motto kami “LEBIH CEPAT LEBIH AMAN” dimana titipan yang dipercayai kepada kami dapat disampaikan kepada sipenerima lebih cepat dari yang lain dan aman dimana barang yang dikirimkan tetap utuh seperti yang kami terima dari sipengirim dan tidak cacat/rusak. Sampai saat ini komplain yang kami terima dari Pelanggan prosentasenya sedikit sekali. Pada Tahun 2009 s/d 2010 perkembangan asset PT.Tiki semakin meningkat terutama armada angkutan (mobil box) walau kami membelinya secara kredit melalui leasing tapi sampai saat ini PT.Tiki tidak pernah menunggak cicilan kreditnya. Semuanya berjalan sebagaimana adanya, saat ini PT.Tiki sudah memiliki armada angkutan sebanyak lebih dari 100 unit dari bermacam tipe.<sup>1</sup>

Operasioanal PT.Tiki semakin meluas keseluruh Nusantara, Bali, Kalimantan, Sulawesi dan Maluku sampai Papua baik melalui paket darat, laut maupun udara. Untuk Tahun 2012 PT.Tiki akan meluaskan sayapnya ke seluruh pelosok tanah air ke kabupaten dan kecamatan disetiap propinsi di Indonesia dan juga meluaskan paket ke luar negeri.

Berkembangnya PT.Tiki bukan karena bekerja sendiri, tetapi karena seluruh karyawan PT.Tiki di seluruh Indonesia baik cabang maupun agennya kepada mereka perusahaan mengucapkan banyak terima kasih. Untuk tahap pertama kepada karyawan yang berprestasi dan menjadi perintis PT.Tiki, dan yang mempunyai loyalitas yang tinggi kepada perusahaan terutama karyawan di kantor Pekanbaru. Perusahaan memberikan 30 (tiga puluh) rumah gratis kepada mereka yang sudah mengabdikan kepada PT.Tiki dari awal berdirinya perusahaan

---

<sup>1</sup>Profil PT.Tiki

sampai dengan saat ini. Hal ini tentu akan diberikan juga kepada karyawan lain yang berprestasi dan loyal kepada perusahaan dan menjunjung tinggi 7 Budi Utama PT.Tiki yaitu: Jujur, Bertanggung Jawab, Profesional dan Visioner, Disiplin, Kerjasama yang baik, Pelayanan yang prima kepada pelanggan dan Kerja keras.

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa saat ini perusahaan PT. Tiki saat ini sudah maju pesat dan sudah mempunyai cabang di seluruh wilayah Indonesia.

#### **B. Struktur Organisasi PT.Tiki Pekanbaru**

PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir melayani pengiriman barang ke seluruh wilayah Indonesia.

Pimpinan : Evi Naibaho  
Staff : Yanto  
: Santi

Visi perusahaan adalah Menjadikan Perusahaan Jasa Kiriman Terbesar dan Terdepan di Indonesia, sedangkan Misi: Memenuhi kebutuhan pelanggan dengan pengiriman Antar Jemput Alamat " Door to Door ",Mengedepankan Kepuasan Pelanggan " Lebih Cepat Lebih Aman "

#### **C. Bidang Usaha PT. Tiki**

Satu lagi layanan inovatif dari JNE, Pesona. Pesona adalah pesanan oleh-oleh Nusantara. Setiap orang bisa saling mengirimkan makanan khas daerah tertentu ke sanak keluarga di daerah lain. Contoh, mau kasih oleh-oleh kerupuk bangka ke keluarga di Jakarta. Anda cukup telepon JNE dan JNE akan carikan

toko kerupuk yang terkenal di Bangka dan segera dikirimkan. Bahkan, es krim pun bisa dikirimkan melalui JNE. Tidak sampai di situ, JNE banyak melakukan inovasi-inovasi unggul lainnya. JNE sekarang membuka bisnis baru yakni trucking. Ini adalah layanan pengiriman barang-barang kebutuhan pokok. Layanan trucking ini dilengkapi dengan GPS agar terpantau. JNE juga bekerjasama dengan perusahaan pengiriman barang, UPS. Konsumen bisa mengirimkan barang ke luar negeri lewat UPS ini. Rencana selanjutnya, JNE berencana terjun ke bisnis surat-menyurat di bawah 500 gram. Bisnis yang sebelumnya dimonopoli PT. Pos Indonesia, dengan pencabutan aturan ini maka membuka peluang bagi JNE. JNE saat ini tinggal menunggu aturan pemerintah yang mengatur soal bisnis ini.

Saat ini JNE didukung oleh lebih dari 1000 karyawan dan tidak kurang dari 1.500 gerai yang tersebar luas di Indonesia. Kehandalan JNE juga telah dibuktikan dengan diraihnya berbagai bentuk penghargaan serta sertifikasi ISO 9001:2000 atas jasa layanan yang telah diberikan. Layanan terbaik adalah harga mati bagi JNE. Karena itu, sangat wajar kalau JNE punya SDM yang handal. Bahkan departemen HRD mempunyai empat divisi yaitu intelektual (berhubungan dengan pekerjaan), training (bertugas untuk kegiatan outbound dan memberikan training), spiritual (mengatur kegiatan keagamaan), dan fisik (berhubungan dengan aktivitas kebugaran badan karyawan). Pemimpin perusahaan JNE berkata, “Setiap masa selalu ada tantangannya, tapi kita tetap harus maju menghadapi tantangan itu.”

Sebagai Perusahaan yang bergerak dibidang Pelayanan Jasa Pengiriman, PT. Tiki selalu berupaya memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh pelanggannya demi terwujudnya suatu Integritas dan Kualitas yang memuaskan. Dengan dukungan dari para Karyawan yang berpengalaman dan Armada Transportasi serta Cabang dan Agen yang tersebar di kota-kota di Indonesia yang ada di Propinsi Sumatera, Jawa dan Bali serta kabupaten-kabupatennya, membuat PT. Tiki semakin yakin dalam peningkatan Mutu Pelayanan terhadap Konsumen yaitu dengan memberikan Pelayanan *door to door* dengan motto kami “Lebih Cepat Lebih Aman”.

Dalam upaya meningkatkan kepuasan Konsumen, PT. Tiki pun memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memilih jalur manakan yang akan mereka pilih untuk transportasi yang digunakan dalam pengiriman paket mereka, yaitu dengan 3 (tiga) pilihan Armada Transportasi :

1. Armada Transportasi Darat
2. Armada Transportasi Laut
3. Armada Transportasi Udara

PT. Tiki sendiri memiliki beberapa Armada Transportasi darat diantaranya sebagai berikut :

1. 15 Unit Armada Fuso 220 PS
2. 100 Unit Armada Colt Diesel
3. 50 Unit Armada L300 Box
4. 100 Unit Armada Grand Max dan APV
5. 50 Unit Armada Sepeda Motor

Dari gambaran mengenai perkembangan usaha PT.Tiki tersebut semakin hari semakin mengembangkan usahanya ke seluruh pelosok tanah air, dengan menempatkan cabang-cabang di berbagai daerah. Oleh karena itu sesuai dengan motonya untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat, maka kepada karyawan senantiasa diberi nasehat dan pengarahan untuk dapat melaksanakan tugas sesuai dengan moto tersebut.

#### **D. Analisis Swot**

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenghts*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencana strategis (*strategic planner*) harus menganalisis factor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.<sup>2</sup>

Sebagaimana diketahui bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi factor internal dan eksternal. Kedua factor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT juga merupakan singkatan dari lingkungan *internal Strenghts* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) serta lingkungan eksternal *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) yang

---

<sup>2</sup>Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), h.19

dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara factor eksternal peluang dan ancaman dengan factor internal kekuatan dan kelemahan).

Setiap perusahaan tetap memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi peluang pasar.

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, dia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi ini sebenarnya dapat diatasi oleh perusahaan, yakni dengan cara membaca strategi dan peluang pasar yang lebih baik. Misalnya dengan memberikan pelayanan dan fasilitas yang memuaskan kepada para pelanggan bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa.

Demikian juga halnya dengan PT. Tiki Pekanbaru yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang, dalam melakukan usahanya perusahaan harus benar-benar dapat membaca peluang agar pelanggan merasa nyaman dan puas terhadap pelayanan yang diberikan. perlu menyediakan fasilitas yang memadai dalam mengangkut barang-barang kiriman, agar pemilik barang merasa puas sehingga perusahaan senantiasa disenangi oleh semua pihak.

Perusahaan perlu memperbaiki kondisi yang ada, serta memperbaiki kelemahan-kelemahan yang dihadapi. Kekuatan dan kelemahan perusahaan harus

dapat diketahui agar dapat diperbaiki, demikian juga halnya dengan peluang dan ancaman yang senantiasa ada dalam suatu perusahaan. Peluang yang ada harus bisa dimanfaatkan, dan mengatasi berbagai macam ancaman yang dapat merugikan perusahaan.