



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

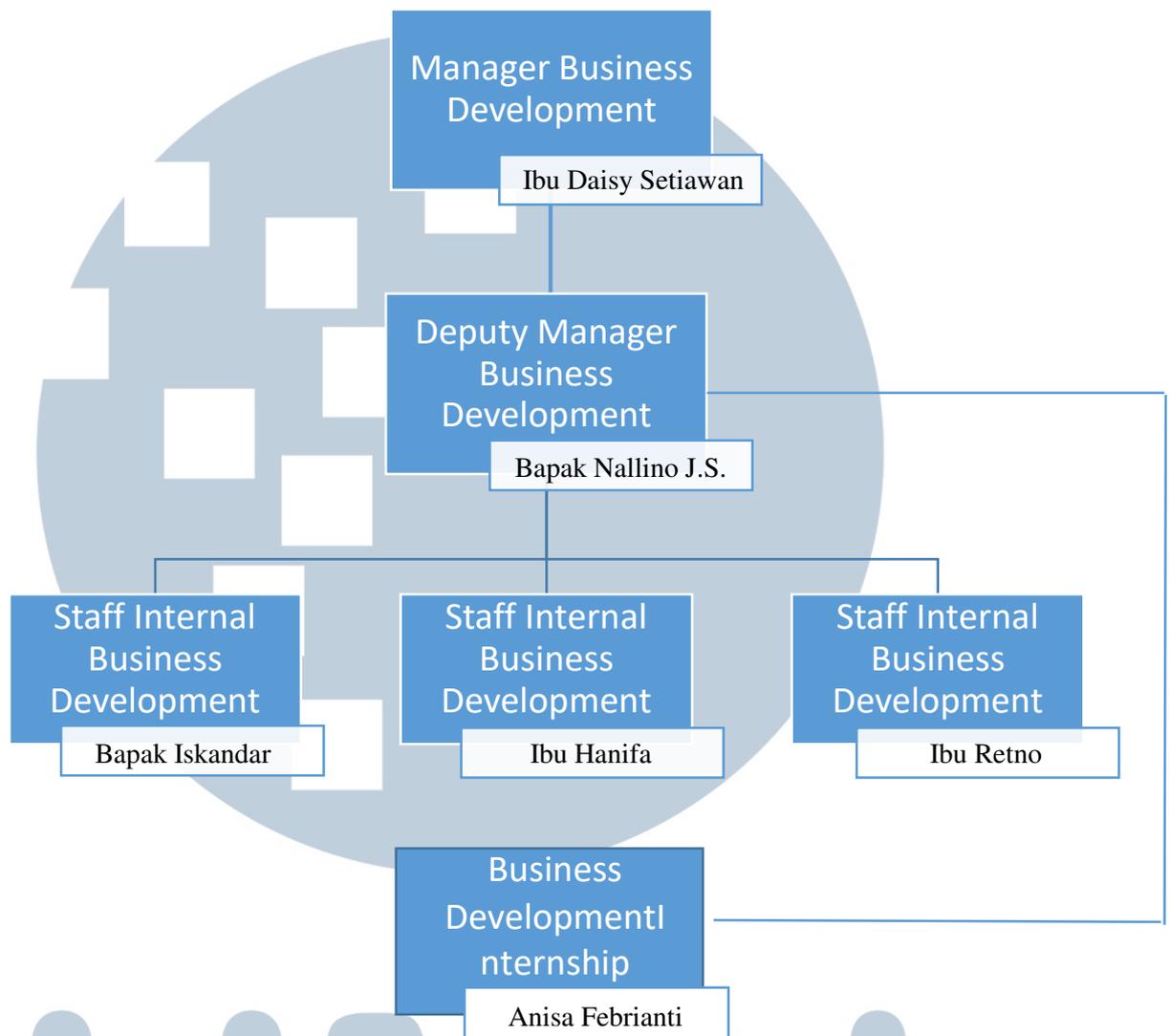
##### **Kedudukan**

Penulis ditempatkan pada bagian *Business Development Internship*. Di mana tugas yang penulis lakukan di bagian tersebut adalah membantu perusahaan untuk merencanakan *project* pembuatan ciri khas pada fasilitas baru milik ASTRA Infra Toll Road Tangerang – Merak yaitu *Transit Oriented Development (TOD)* yang berupa tempat perhentian bus (*shelter*) di jalan tol Tangerang – Merak dan dapat menciptakan *awareness* bagi para masyarakat yang berada di sekitar Bitung - Merak, penulis membuat strategi *branding* untuk *project* tersebut yang dimulai dari penentuan segmentasi sampai dengan penentuan *design* yang sesuai untuk tempat perhentian bus (*shelter*). Penulis juga membantu untuk *project Rejuvenate Rest Area* di KM 43A, 68A dan B, serta 45B melalui *re-branding* fasilitas yang ada di *Rest Area*.

Di dalam departemen *Business Development* terdapat Tim Internal yang terdiri dari 5 orang, yaitu adanya *Manager Business Development* yang memiliki posisi paling tinggi yaitu Ibu Daisy Setiawan, lalu terdapat *Deputy Manager Business Development* yaitu Bapak Nallino Juniliapotra S, di mana beliau membawahi 3 *Staff Internal Business Development* yaitu Bapak Iskandar, Ibu Hanifa, dan Ibu Retno. Kemudian penulis berada dibawah pimpinan *Manager Business Development* yaitu Ibu Daisy dan juga *Deputy Manager Business Development* yaitu Bapak Nallino.

Berikut adalah kedudukan penulis selama periode praktik kerja magang di departemen *Business Development*:

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 3. 1 Struktur Organisasi *Business Development* Selama Periode Praktik Kerja Magang**

Sumber: Dokumen Pribadi

### **Koordinasi**

Penulis berada dibawah pengawasan Ibu Daisy selaku *Manager Business Development* dan Bapak Nallino selaku *Deputy Manager Business Development*. Seluruh pekerjaan yang diberikan kepada penulis dan penulis lakukan adalah sesuai dengan arahan dari *Deputy Manager Business Development* yaitu Bapak Nallino yang sekaligus menjadi pembimbing

lapangan selama penulis menjalankan praktik kerja magang. Kemudian segala bentuk kritik, saran termasuk juga apabila terdapat revisi, semua sesuai arahan *Manager Business Development* yaitu Ibu Daisy.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang, penulis mengerjakan berbagai tugas sebagai *Business Development Intern*, yaitu sebagai berikut:

a) *Project Fasilitas Baru Tempat Perhentian Bus (shelter)* di Jalan tol Tangerang – Merak.

1. Analisa peraturan kebijakan membuat fasilitas tempat perhentian bus (*shelter*).
2. Survey Lokasi yang menjadi titik terjadinya aktivitas naik-turun penumpang di tepi jalan tol Tangerang – Merak.
3. Membuat daftar pertanyaan *interview* dengan *Controller* armada bus (Primajasa) dan Perusahaan Otobus (PT. Arimbi Jaya Agung).
4. Melakukan *interview* dengan *Controller* armada bus (Primajasa) yang berada di rest area dan Perusahaan Otobus (PT. Arimbi Jaya Agung).
5. Menentukan proses *brand strategy* dan *marketing mix* untuk fasilitas baru tempat perhentian bus (*shelter*) di Jalan tol Tangerang – Merak sehingga fasilitas tersebut memiliki ciri khas dan dapat menciptakan *awareness* bagi masyarakat Bitung - Merak.
6. Menentukan atribut dan desain terhadap fasilitas *shelter*.
7. Melakukan presentasi untuk setiap *progress* dari pekerjaan yang telah dilakukan.

b) *Project Rejuvenate Rest Area KM 43A, 68A dan 68B, serta 45B.*

1. Melakukan diskusi hasil survey *rest area* sebelumnya.
2. Melakukan survey lokasi di setiap *rest area*.
3. Membuat kuesioner untuk melakukan survey pengunjung *rest area*.

4. Melakukan survey pengunjung di setiap *rest area* dan input hasil survey.
5. Memberi ide untuk pembuatan ciri khas baru untuk fasilitas yang ada pada *rest area* saat ini untuk dapat menciptakan *image* yang baik pada *rest area*.

Adapun tugas-tugas yang dilakukan oleh penulis selama periode pelaksanaan praktik kerja magang yang berlangsung selama 60 hari kerja terlampir pada tabel berikut:

**Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Praktik Kerja Magang**

NO	Pekerjaan yang dilakukan	Tujuan	Hasil	Koordinasi Atasan	Periode
1	Analisa peraturan mengenai pembangunan fasilitas <i>shelter</i>	Penulis dan tim melakukan analisa peraturan mengenai pembangunan fasilitas <i>shelter</i> yang bertujuan agar fasilitas <i>shelter</i> yang akan dibuat perusahaan sesuai dengan peraturan undang-undang yang berlaku.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Armada bus yang melewati tol tangerang-merak melanggar pasal 36 dan 126 sesuai UU RI No. 22 tahun 2009 sehingga dapat dikenakan sanksi pidana atau uang sebesar Rp. 250.000.</li> <li>2. Dalam pembangunan <i>shelter</i> harus terdapat 5 fasilitas utama berdasarkan keputusan Dirjen Perhubungan No. 271/HK.105/DRJD/96 dan Fasilitas halte (<i>shelter</i>) menurut keputusan MENHUB harus memenuhi syarat:</li> </ol>	Deputy Manager Business Development (Bapak Nallino)	Minggu ke 1

NO	Pekerjaan yang dilakukan	Tujuan	Hasil	Koordinasi Atasan	Periode
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dibangun dekat dengan JPO</li> <li>- Lebar min. 2m, Panjang min. 4m, dan Tinggi min. 2,50m.</li> <li>- Ditempatkan diatas trotoar / bahu jalan.</li> </ul> <p>3. ASTRA Infra Toll Road Tangerang-Merak tidak dapat membuat <i>rest area</i> sebagai tempat pengganti <i>shelter</i>, berdasarkan PP No. 15 tahun 2005 setiap tempat istirahat dilarang dihubungkan dengan akses apapun dari luar jalan tol.</p>		
2	Melakukan survey lokasi di titik terjadinya aktivitas naik-turun penumpang bus	Penulis beserta tim melakukan survey lokasi yang bertujuan untuk mengetahui kondisi tempat tersebut secara nyata.	Terdapat beberapa titik adanya aktivitas naik dan turunya penumpang bus di tepi jalan tol tangerang – merak yaitu, KM 38, 40, 61, 62, 64, 65, 66 dan 68.	<i>Deputy Manager Business Development</i> (Bapak Nallino)	Minggu ke 2

NO	Pekerjaan yang dilakukan	Tujuan	Hasil	Koordinasi Atasan	Periode
3	Membuat daftar pertanyaan <i>interview</i> untuk <i>Controller</i> dan Perusahaan Otobus	Penulis dan tim bekerja sama untuk membuat daftar pertanyaan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi, saran, pendapat ataupun opini yang sesuai dengan kebutuhan yang ingin dicapai.	Pertanyaan yang dibuat adalah seputar jumlah trayek, jumlah kendaraan, interval waktu keberangkatan, penetapan tarif, pendapat adanya aktivitas naik-turun penumpang di tepi jalan tol, pendapat pembangunan fasilitas shelter, dan pendapat kerjasama dengan pihak penyedia fasilitas shelter.	<i>Deputy Manager Business Development</i> (Bapak Nallino)	Minggu ke 2
4	Melakukan <i>interview</i> dengan <i>Controller</i> armada bus di <i>rest area</i> dan Perusahaan Otobus	Penulis beserta tim melakukan <i>interview</i> kepada <i>Controller</i> armada bus yang <i>standby</i> di <i>rest area</i> dan Kepala Operasional (PT. Arimbi Jaya Agung) untuk mendapatkan informasi yang akan dibutuhkan pada <i>project shelter</i> .	Dari armada bus Primajasa, Arimbi dan Bima Suci yang terbiasa melewati jalan tol Tangerang – Merak setuju apabila dibuatkan fasilitas <i>shelter</i> dan bersedia untuk bekerjasama dengan pihak penyedia <i>shelter</i> (ASTRA Infra Toll Road Tangerang – Merak) dalam bentuk <i>profit sharing</i> .	<i>Deputy Manager Business Development</i> (Bapak Nallino)	Minggu ke 5 dan Minggu ke 6
5	Proses <i>Brand Strategy</i>				

NO	Pekerjaan yang dilakukan	Tujuan	Hasil	Koordinasi Atasan	Periode
	Brand Positioning	Menentukan <i>segmentasi, targeting, positioning statement</i> dan <i>point of difference</i> yang bertujuan agar pembuatan <i>shelter</i> secara spesifik mampu menjawab kebutuhan dari masyarakat dan memberikan suatu <i>value</i> kepada <i>target market</i> sehingga fasilitas yang dibuat memiliki ciri khas tertentu.	Segmentasi berdasarkan Budget transportasi yang rendah dengan behavior menunggu bus dan selalu melakukan aktivitas lainnya. <i>Targeting</i> ditetapkan berdasarkan <i>Gender, Profesi, Behavior,</i> dan <i>Budget</i> Transportasi. <i>POD</i> nya adalah <i>Photo Area.</i> <i>Positioning statement,</i> di mana target market mengetahui dan mengenal fasilitas shelter milik ASTRA Infra Toll Road Tangerang – Merak.	Deputy Manager Business Development (Bapak Nallino)	Minggu ke 7
	Brand Identity	Penulis menentukan <i>brand naming, message, logo,</i> dan <i>tagline</i> terhadap fasilitas <i>shelter</i> dengan tujuan untuk membuat	<i>Brand name</i> nya adalah AFTER (ASTRA Infra Shelter) dengan pesan bahwa AFTER merupakan tempat menunggu bus yang berbeda dengan yang lainnya.	Deputy Manager Business Development (Bapak Nallino)	Minggu ke 8

NO	Pekerjaan yang dilakukan	Tujuan	Hasil	Koordinasi Atasan	Periode
		masyarakat dapat lebih mudah mengingat <i>brand</i> dari fasilitas <i>shelter</i> .	Tagline: “Let’s Create Your Best Moment!”		
	<i>Brand Personality</i>	Penulis menentukan <i>brand mantra</i> dan <i>brand archetypes</i> yang bertujuan untuk menunjukkan <i>credibility</i> serta kepribadian dari <i>brand</i> perusahaan sehingga <i>message</i> yang disampaikan tetap sesuai dengan <i>personality</i> yang telah ditentukan.	Brand Mantra: <i>Public Transit Area – Folks – Fun</i>  Brand Archetypes: <i>Everyman</i>	<i>Deputy Manager Business Development</i> (Bapak Nallino)	Minggu ke 9
	<i>Marketing Mix</i>	Penulis menentukan <i>Marketing Mix</i> (7P’s) terhadap fasilitas <i>shelter</i> yang bertujuan untuk lebih mengenalkan	<i>Product: Shelter</i> <i>Price: Value Based Pricing</i> <i>Place: KM 36 dan KM 60</i> <i>Promotion: Untuk</i> menciptakan <i>awareness</i> di mana masyarakat	<i>Deputy Manager Business Development</i> (Bapak Nallino)	Minggu ke 10

NO	Pekerjaan yang dilakukan	Tujuan	Hasil	Koordinasi Atasan	Periode
		<p>fasilitas kepada masyarakat sehingga dapat menciptakan <i>awareness</i>.</p>	<p>mengenal <i>brand</i> AFTER dan <i>campaign</i> melalui media sosial Twitter.</p> <p><i>People:</i> Terdapat 2 karyawan</p> <p><i>Process:</i> Desain Alur Fasilitas <i>Shelter</i></p> <p><i>Physical Evidence:</i> Konsep Minimalis dan <i>Fun</i>.</p>		
6	<p>Menentukan atribut dan <i>design</i> fasilitas</p>	<p>Penulis beserta tim menentukan atribut dan desain terhadap fasilitas baru yang bertujuan untuk mencerminkan bahwa fasilitas baru milik perusahaan memiliki keunikan tersendiri.</p>	<p>Terdapat beberapa atribut didalam fasilitas <i>shelter</i>:</p> <p>Tempat duduk dan Tempat Lindungan yang disertai Logo.</p> <p>Area Foto</p> <p>Tempat Sampah</p> <p><i>Vending Machine</i></p> <p><i>Billboard</i> Iklan</p> <p>Papan Informasi</p> <p>Rambu Petunjuk</p> <p>CCTV</p>	<p><i>Deputy Manager Business Development</i> (Bapak Nallino)</p>	<p>Minggu ke 11</p>
7	<p><i>Presentation</i></p>	<p>Setelah seluruh strategi <i>branding</i> diatas dilakukan, penulis beserta tim melakukan presentasi kepada</p>	<p>Setiap presentasi progress selalu ada saran dan perbaikan, untuk presentasi <i>final</i> hasilnya memuaskan dan sesuai dengan harapan</p>	<p><i>Deputy Manager Business Development</i> (Bapak Nallino)</p>	<p>Dilakukan setiap 1</p>

NO	Pekerjaan yang dilakukan	Tujuan	Hasil	Koordinasi Atasan	Periode
		<p>pembimbing lapangan dengan tujuan untuk melihat apakah sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh perusahaan, apakah terdapat revisi ataupun tambahan saran.</p>	<p>perusahaan, pekerjaan yang dilakukan sesuai dengan <i>timeline</i> kerja dan tujuan dari setiap pekerjaan dapat terselesaikan dengan baik.</p>		<p>atau 2 minggu sekali dan <i>Final Present ation</i> minggu ke 12</p>
8	<p>Diskusi hasil survey <i>rest area</i> 2016</p>	<p>Penulis beserta tim, serta pembimbing lapangan berdiskusi untuk menganalisa hasil survey <i>rest area</i> sebelumnya agar mengetahui hal apa yang belum dapat tergambar dari hasil survey sebelumnya dan akan di perjelas pada survey <i>rest area</i> berikutnya.</p>	<p>Pengunjung <i>rest area</i> memiliki kebutuhan lain yaitu adanya Ruang Terbuka Hijau sehingga pada survey pengunjung <i>rest area</i> berikutnya dapat menjawab kebutuhan pengunjung pada pembuatan ruang terbuka hijau yang lebih spesifik dan dapat menciptakan ciri khas.</p>	<p><i>Manager Business Development</i> (Ibu Daisy) dan <i>Deputy Manager Business Development</i> (Bapak Nallino)</p>	<p>Minggu ke 1</p>

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

NO	Pekerjaan yang dilakukan	Tujuan	Hasil	Koordinasi Atasan	Periode
9	Melakukan survey lokasi <i>rest area</i>	Penulis beserta tim melakukan survey lokasi yang bertujuan untuk mengetahui kondisi lingkungan pada tempat tersebut secara nyata sekaligus dapat menentukan desain yang ada apakah perlu ditambahkan, diganti, ataupun tidak sama sekali.	Terdapat perbedaan situasi di <i>rest area</i> saat <i>weekdays</i> dan <i>weekend</i> . Saat <i>weekdays</i> traffic pengunjung <i>rest area</i> terlihat sedikit, namun saat <i>weekend</i> kondisi di <i>rest area</i> cenderung ramai, namun fasilitas yang ada tidak dapat mencukupi kebutuhan dari pengunjung <i>rest area</i> .	<i>Deputy Manager Business Development</i> (Bapak Nallino)	Minggu ke 1
10	Pembuatan kuesioner survey pengunjung <i>rest area</i>	Penulis beserta tim dan juga pembimbing lapangan bekerja sama untuk membuat daftar pertanyaan pada saat melakukan survey, tujuannya agar mendapat informasi, saran, pendapat ataupun opini yang sesuai	Kuesioner survey diawali dengan mengetahui profil responden yang kemudian mengarah pada fasilitas yang diinginkan serta kebutuhan pengunjung <i>rest area</i> di 4 titik <i>rest area</i> (KM 43A, 68A, 68B, dan 45B) mengenai pengadaan ruang terbuka hijau.	<i>Manager Business Development</i> (Ibu Daisy) dan <i>Deputy Manager Business Development</i> (Bapak Nallino)	Minggu ke 2

NO	Pekerjaan yang dilakukan	Tujuan	Hasil	Koordinasi Atasan	Periode
		dengan kebutuhan yang ingin dicapai.			
11	Survey pengunjung <i>rest area</i>	Penulis beserta tim melakukan survey kepada <i>pengunjung rest area</i> untuk mengetahui seperti apa gambaran besar pengunjung terhadap <i>rest area</i> milik ASTRA Infra Toll Road Tangerang - Merak, selain itu bertujuan untuk mendapatkan saran apapun dari masyarakat terhadap <i>rest area</i> .	Setiap <i>rest area</i> cenderung memiliki profil responden yang sama. Responden <i>rest area</i> KM 43A dan 45B memilih ruang terbuka hijau berupa Taman Gazebo dan Taman Tempat duduk. Sedangkan responden <i>rest area</i> 68A dan 68B memilih ruang terbuka hijau berupa Taman Gazebo saja.	<i>Deputy Manager Business Development</i> (Bapak Nallino)	Minggu ke 3 dan minggu ke 4

UNIVERSITAS  
Sumber: Dokumen Pribadi  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut ini adalah uraian mengenai kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama kerja magang berlangsung:

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

##### 1. Briefing

Setelah penulis telah berhasil lolos pada tahap *interview*, tanggal 3 Juli 2017 penulis melakukan *briefing* oleh *Human Resources Department* mengenai sejarah singkat perusahaan ASTRA Infra Toll Road Tangerang – Merak. Penulis beserta tim dijelaskan struktur organisasi mulai dari perusahaan yang paling besar yaitu ASTRA International sampai kepada anak perusahaan yang ada di berbagai bidang. Salah satunya adalah bidang infrastruktur, susunan organisasi paling atas yang ada di dalam bidang infrastruktur adalah ASTRA Infra, di mana ASTRA Infra memiliki bisnis dalam kepemilikan jalan tol pada beberapa wilayah, yaitu jalan tol Tangerang – Merak yang dikelola oleh PT. Marga Mandalasakti, jalan tol Jombang – Mojokerto yang dikelola oleh PT. Marga Harjaya Infrastruktur, jalan tol Kunciran – Serpong yang dikelola oleh Marga Trans Nusantara, jalan tol Semarang – Solo yang dikelola oleh PT Trans Marga Jateng, jalan tol Serpong – Balaraja yang dikelola oleh PT. Trans Bumi Serbaraja, dan jalan tol Cikopo – Palimanan yang dikelola oleh PT. Lintas Marga Sedaya.

Kemudian dilanjutkan dengan melakukan *briefing* oleh *Business Development Department* di mana penulis dijelaskan mengenai posisi penulis serta pekerjaan yang akan dilakukan oleh penulis yaitu sebagai *Business Development Internship*. Jadi, saat *briefing* tugas yang akan dilakukan oleh tim *Business Development Internship* terbagi menjadi 3 jenis *project* yaitu: *Rejuvenate rest area*, *Transit Oriented Development* yang berupa *Bus Stop*, dan *Fiber Optic*. Di dalam divisi *Business Development Internship* terdapat 2 orang jurusan Marketing, 2 orang jurusan Operation dan 1 orang jurusan Finance. Namun, penulis lebih difokuskan pada *project Transit Oriented Development* yang berupa *Bus Stop (shelter)* dan ide pembuatan ciri khas pada *rejuvenate rest area*.

Begitu pula untuk hari kerja dan jam kerja yang telah ditetapkan oleh perusahaan yaitu hari senin – jumat, pukul 08.00 – 17.00 WIB. Penulis juga telah mendapatkan izin dari pembimbing lapangan yaitu Bapak Nallino apabila jam masuk kerja penulis ada yang tidak tepat pada pukul 08.00 karena masih ada beberapa mata kuliah yang harus ditempuh. Penulis meminta izin kepada pembimbing lapangan yaitu Bapak Nallino maksimal 1 atau 2 hari sebelumnya.

## 2. Implementasi Kerja Magang

### a. Analisa peraturan mengenai pembangunan fasilitas *shelter*

Penulis beserta tim melakukan analisa peraturan untuk pembangunan fasilitas tempat perhentian bus (*shelter*) di mana penulis menggunakan peraturan undang-undang dari Menteri Pekerjaan Umum (PU) dan peraturan dari Badan Pengusaha Jalan Tol (BPJT) sebagai panduan penulis dalam mengerjakan *project bus stop (shelter)*. Hasil analisa peraturan ada pada lampiran.

### b. Melakukan survey lokasi di titik terjadinya aktivitas naik-turun penumpang bus.

Penulis beserta tim melakukan survey lokasi dalam jangka waktu 1 hari yang dilakukan pada hari kerja untuk melihat secara langsung kondisi terjadinya aktivitas naik-turun penumpang di tepi jalan tol Tangerang – Merak dan hasilnya terdapat di beberapa titik yaitu di KM 38, 40, 61, 62, 64, 65, 66, dan 68.

### c. Membuat daftar pertanyaan *interview* kepada *Controller* dan Perusahaan Otobus.

Penulis membuat *list* pertanyaan untuk diajukan kepada Perusahaan Otobus sehingga dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan, seperti: aturan apa saja yang berlaku untuk perusahaan otobus, trayek armada bus untuk (primajasa, arimbi dan bimasuci), jumlah bus yang melewati tol Tangerang – Merak, dan juga pendapat

dari masing-masing pihak mengenai kerjasama dengan perusahaan ASTRA Infra Toll Road Tangerang – Merak terkait dengan pembuatan fasilitas baru (*shelter*). Daftar pertanyaan *interview* ada pada lampiran.

d. Melakukan *interview* dengan *Controller* armada bus di *rest area* dan Perusahaan Otobus.

Penulis beserta tim melakukan *interview* kepada *Controller* armada bus yang ada di *rest area* KM 43A dan KM 68B pada tanggal 21 Juli 2017 untuk mengambil data tentang armada bus, berikut ini adalah hasilnya: terdapat 5 trayek bus primajasa, 100 lebih jumlah kendaraan (bus) yang melewati tol Tangerang – Merak, interval waktu keberangkatan 15 – 30 menit, jenis layanan bus adalah antarkota-antarprovinsi, system penentuan tarif penumpang berdasarkan peraturan dinas perhubungan, tanggapan mengenai adanya aktivitas naik-turun penumpang karena ada kebutuhan dari masyarakat, tarif penumpangnya menjadi tidak sama sesuai trayek, kunjungan armada bus ke *rest area* adalah untuk melakukan pencatatan oleh pihak *controller* agar tidak dapat memanipulasi data penumpang, kemudian jam operasionalnya adalah 24 jam dan pendapat dari *controller* bus apabila perusahaan ASTRA Infra Toll Road Tangerang – Merak mengajukan kerjasama dalam penggunaan fasilitas (*shelter*) adalah sangat setuju karena dianggap dapat menjawab kebutuhan masyarakat serta dapat meminimalisir terjadinya kecelakaan yang diakibatkan oleh naik-turunya penumpang di tepi jalan tol Tangerang - Merak.

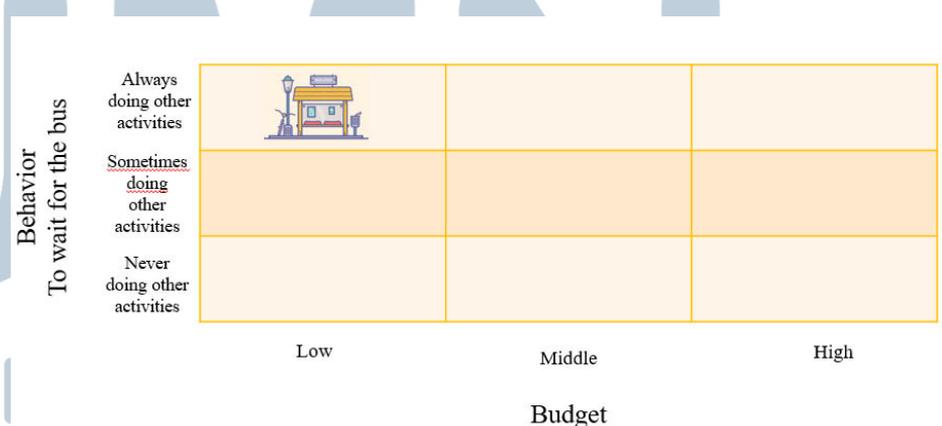
Selain itu, penulis melakukan *interview* dengan Bapak Ramli selaku Kepala Operasional PT. Arimbi Jaya Agung pada tanggal 7 Agustus 2017, beliau bekerja selama 8 bulan di perusahaan tersebut. Di dalam proses *interview* penulis menanyakan beberapa hal. Berikut adalah hasilnya, di mana setiap PO Bus harus mengikuti peraturan dari kementerian pekerja umum, terdapat 7 trayek bus arimbi dan bimasuci, 100 lebih jumlah kendaraan (bus) yang melewati tol Tangerang – Merak, interval waktu keberangkatan bus adalah 15 menit, jenis layanan

bus adalah antarkota-antarprovinsi saja, tanggapan mengenai adanya aktivitas naik-turun penumpang di jalan tol Tangerang – Merak adalah pihak PO menyadari hal tersebut namun tidak dapat menghindari karena adanya paksaan permintaan dari *customer* nya dan pendapat dari PO bus apabila perusahaan ASTRA Infra Toll Road Tangerang – Merak mengajukan kerjasama dalam penggunaan fasilitas (*shelter*) adalah sangat setuju karena dianggap dapat menjawab kebutuhan masyarakat serta dapat meminimalisir terjadinya kecelakaan yang diakibatkan oleh naik-turun nya penumpang di tepi jalan tol Tangerang – Merak, bentuk kerjasama yang diinginkan adalah *profit sharing*.

e. Penerapan proses *brand strategy*

a) *Brand Positioning*

Sebelum penulis memberikan rekomendasi mengenai ide pembuatan ciri khas pada fasilitas *shelter* dan setelah penulis melakukan survey lokasi, penulis harus menentukan *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning* untuk fasilitas *shelter*. Sehingga fasilitas *shelter* ini dibuat sesuai dengan target marketnya. Adapun segmentasi yang telah penulis tentukan adalah berdasarkan *Behavior* dan *Budget* dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 3. 2 Segmentasi dari fasilitas *shelter*

Sumber: Dokumen Pribadi

Untuk targeting yang telah penulis tentukan adalah sebagai berikut: Pria dan Wanita berusia 20 – 40 tahun ke atas, berprofesi sebagai karyawan, dengan perilaku mereka yang terbiasa menunggu bus di tepi jalan Tol Tangerang-Merak setidaknya 2 kali dalam 1 minggu, ada aktivitas lain yang dilakukan saat menunggu bus, memiliki *budget* yang rendah untuk menggunakan transportasi umum sekitar Rp.10.000 – Rp.30.000 dan terbiasa menggunakan teknologi saat ini seperti *social media*. Selain itu, penulis menentukan *points-of-difference* dari pembuatan fasilitas *shelter* di mana penulis menentukan suatu pembeda pada *shelter* agar mudah diingat oleh masyarakat (*target market*). Adapun *points of difference* yang penulis buat adalah area foto dengan tema *background* yang dapat diganti pada jangka waktu tertentu.

Kemudian, penulis menentukan *positioning statement* untuk fasilitas *shelter*. Adapun *positioning statement* yang telah penulis buat adalah “Untuk masyarakat yang suka menunggu bus di tepi jalan tol Tangerang – Merak, AFTER (ASTRA Infra Shelter) adalah tempat menunggu bus yang unik, menarik, seru dan nyaman karena terdapat area foto yang dapat menghilangkan rasa jenuh saat menunggu bus”

b) *Brand Identity*

Penulis menentukan *brand identity* atau *brand elements* yang terdiri dari *brand naming*, *logo*, *slogan* atau *tagline* untuk fasilitas *shelter*. Adapun ide *brand name* yang telah penulis buat adalah AFTER (*ASTRA Infra Shelter*). Logo yang dimaksudkan adalah logo ASTRA Infra Toll Road Tangerang – Merak. Selain itu, memiliki *brand message*: AFTER sebagai tempat tujuan utama untuk menunggu bus di tol Tangerang - Merak dan menciptakan *experience* kepada para pengunjunya, serta mengusung *tagline*: “*Let’s Create Your Best Moment!*”

### c) *Brand Personality*

Penulis menentukan *brand mantra* di mana *brand mantra* merupakan 3 – 5 kata yang dapat menggambarkan *brand* dari fasilitas *shelter*. Adapun *brand mantra* yang penulis rekomendasikan adalah *Public Transit Area, Folks, Fun*.

Kemudian, menentukan *brand personality* melalui *brand archetypes* di mana penulis merekomendasikan kepribadian yang sesuai dengan fasilitas *shelter*, penulis harus menentukan 1 dari 12 *brand archetypes* yang ada. Adapun *brand archetypes* yang penulis rekomendasikan adalah “*everyman*” karena cocok dengan target market nya dan dapat digunakan untuk semua orang. *Everyman* memiliki ciri selalu ingin menjadi bagian dari sesuatu, terhubung dengan orang lain dan ketakutan terbesar mereka adalah keluar atau hilang dari keramaian. Dengan pemilihan *brand archetypes* ini, diharapkan para customer merasakan *sense of belonging* yang *fun* ketika berada di *shelter* AFTER.

### d) *Marketing Mix (7P's)*

Penulis ditugaskan untuk menentukan *marketing mix* untuk fasilitas *shelter*. Di mana uraian pembuatan *marketing mix* adalah sebagai berikut:

#### 1. *Product*

Produk yang dibuat, adalah *Transit Oriented Development* yang berupa tempat lindungan (*shelter*) untuk para naik-turunya penumpang bus dengan ukuran panjang 96m x 20m serta fasilitas yang ada pada *shelter* yaitu terdapat: *vending machine, photo area, recycle bin, signs, information board, billboard* dan *CCTV*.

#### 2. *Price*

Dalam segi penentuan harga, yang digunakan adalah *Value based pricing* karena penentuan harga berdasarkan persepsi konsumen atas *value* yang diperoleh, di mana *customer* merasakan *value* dari fasilitas yang diberikan di dalam *shelter*.

### 3. *Place (Channel Strategy)*

Lokasi yang penulis rekomendasikan sebagai tempat *Transit Oriented Development* yang berupa tempat lindungan (*shelter*) terdapat pada Akses gerbang tol KM 36 dan 60. Alasan memilih lokasi tersebut karena masyarakat melakukan aktivitas naik-turun bus ada di lokasi tersebut, kemudian dengan lokasi tersebut pertimbangannya adalah adanya pintu akses gerbang tol Balaraja Timur (KM 36) dan akses gerbang tol Ciujung (KM 60).

### 4. *Promotion*

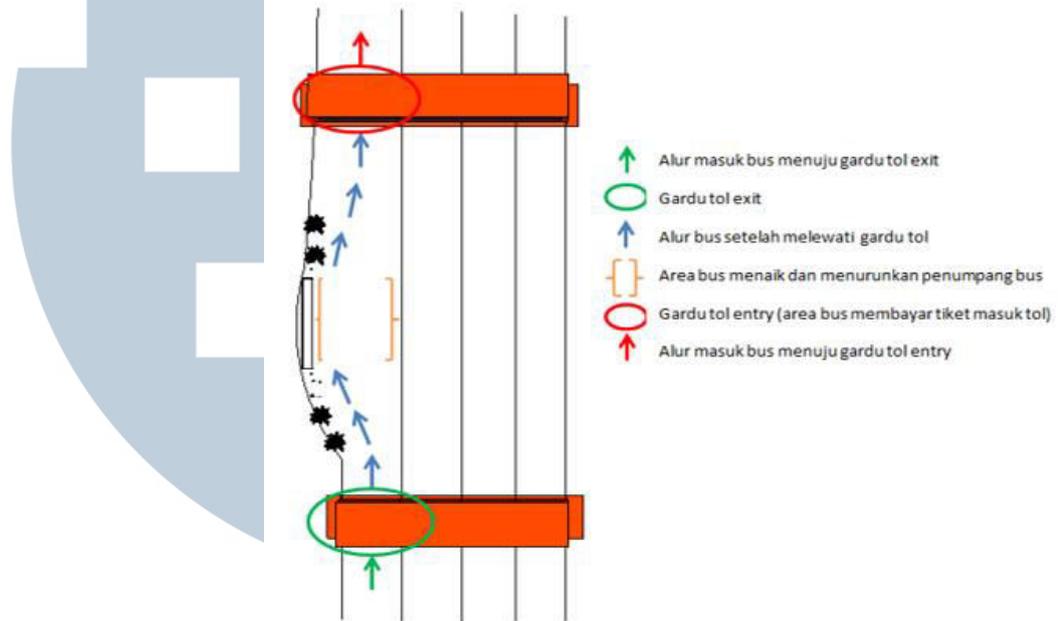
Dalam pembangunan *shelter* milik ASTRA Infra Toll Road Tangerang – Merak diharapkan dapat menciptakan *awareness* kepada masyarakat sekitar, maka dibutuhkan promosi mengenai AFTER (ASTRA Infra Shelter) agar masyarakat dapat mengetahui dan mengenal *brand* AFTER. Penulis merekomendasikan bentuk promosi yang dilakukan dapat melalui *marketing communication* dengan *objective* nya adalah *Awareness, Message* yang ingin disampaikan adalah bahwa *brand* AFTER berbeda dengan *shelter* lainnya karena memiliki area foto yang dapat menciptakan pengalaman tersendiri bagi para pengguna *shelter*. *Relevant touch point* atau *Media placement* dapat melalui media sosial seperti Twitter milik ASTRA Infra Toll Road Tangerang – Merak dengan membuat *challenge* berupa “*photo competition*” saat berada di *shelter* AFTER dan akan mendapatkan hadiah menarik.

### 5. *People*

Untuk pengelolaan fasilitas pada *shelter*, membutuhkan 2 orang karyawan yang terbagi kedalam 2 shift kerja. Tugasnya untuk melakukan kontrol dan *update* keadaan disekitar lokasi *shelter*.

#### 6. *Process*

*Design Customer Flow* untuk *Shelter* adalah sebagai berikut.



**Gambar 3. 3** Desain *Layout Flow* Fasilitas *Shelter*

Sumber: Dokumen Pribadi

#### 7. *Physical Evidence*

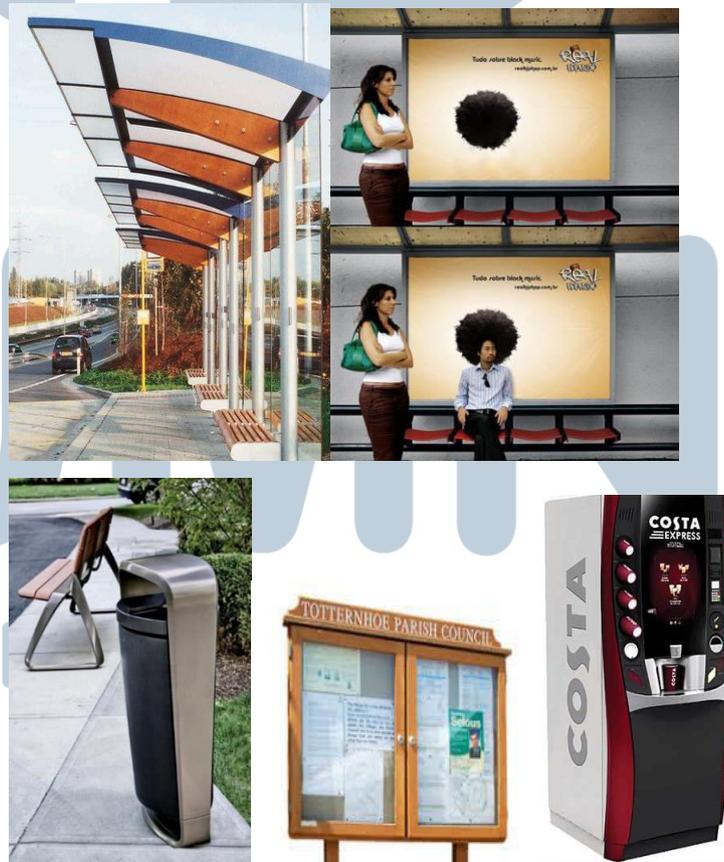
*Shelter* di KM 36 A dan B dan KM 60 A dan B bertema Minimalis. Alasan penulis memilih tema *Minimalis (Hightech style)* untuk berada di *shelter* karena adanya keterbatasan lahan yang digunakan, pemberian atribut yang minim, serta perpaduan warna yang netral dan lembut, kemudian pemberian atribut area foto yang dapat menimbulkan kesan *fun* saat berada di *shelter*.

f. Menentukan atribut dan desain fasilitas *shelter*

Penulis menentukan atribut dan desain apa saja yang ada di dalam fasilitas *shelter* tersebut, Berikut ini adalah rekomendasi atribut yang akan ada pada fasilitas *shelter*.

1. Tempat duduk dan Tempat lindungan disertai dengan Logo ASTRA Infra Toll Road Tangerang – Merak.
2. Area Foto
3. Tempat Sampah
4. Vending Machine (*Snack / Drinks / Coffee*)
5. Billboard Iklan
6. Papan informasi
7. Rambu petunjuk (*signs*)
8. CCTV

Desain fasilitas yang penulis rekomendasikan untuk fasilitas *shelter* KM 36 dan 60:





**Gambar 3. 4 Referensi Desain Atribut Fasilitas Shelter**

Sumber: Pinterest.com

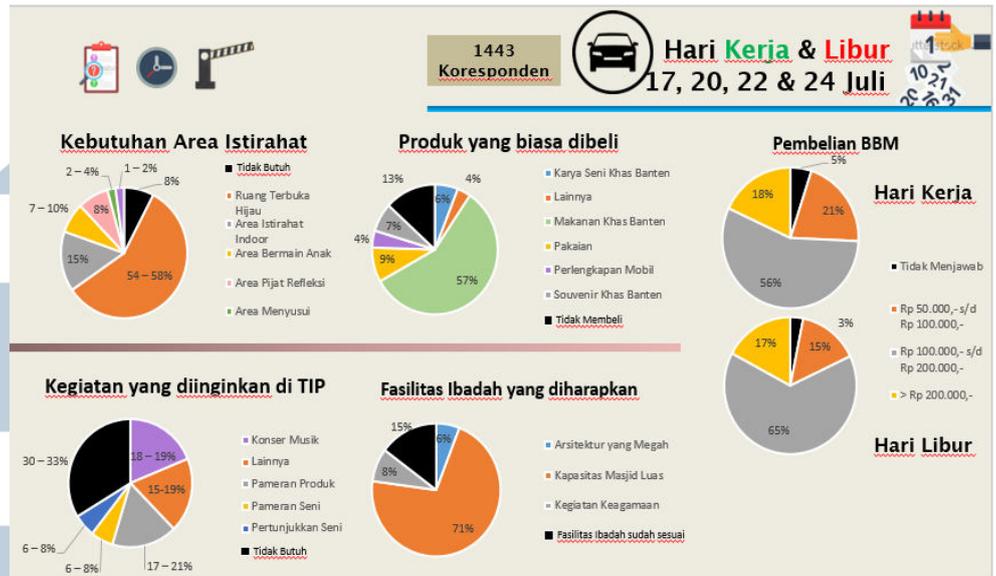
g. *Presentation*

Penulis beserta tim dan pembimbing lapangan mempresentasikan hasil dari setiap *progress* dari pekerjaan yang telah dilakukan. Termasuk dalam penerapan strategi *branding* yang telah penulis kerjakan. Presentasi ataupun *Review* dilakukan selama 1 minggu sekali atau 2 minggu sekali dan ada presentasi *final* yaitu mempresentasikan keseluruhan pekerjaan mulai dari minggu pertama sampai dengan minggu terakhir.

h. Diskusi hasil survey *rest area* 2016

Penulis melakukan diskusi bersama tim dan pembimbing lapangan (Ibu Daisy dan Bapak Nallino) untuk menganalisa hasil survey *rest area* yang telah dilakukan oleh tim sebelumnya, survey *rest area* dilakukan pada KM 43A, 68A dan 68B, serta 45B pada bulan Juli tahun 2016 di hari kerja dan hari libur.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 3. 5 Hasil survey *rest area* pada Juli 2016

Sumber: Data Perusahaan

Dalam analisa survey kuesioner ini, berfokus pada kebutuhan pengunjung saat berada di *rest area*, dan hasil survey menunjukkan bahwa pengunjung *rest area* memiliki kebutuhan lain pada *rest area* yaitu Ruang Terbuka Hijau memiliki persentase paling tinggi yaitu sebesar 58%. Sehingga pada survey *rest area* berikutnya penulis beserta tim harus dapat menjawab kebutuhan pengunjung *rest area* terutama pada pembuatan ruang terbuka hijau yang lebih spesifik sehingga dapat menciptakan ciri khas dan masyarakat dapat mengingat ciri khas pada *rest area* tersebut.

i. Survey lokasi *rest area*

Survey lokasi *rest area* dilakukan pada tanggal 13 Juli 2017 di mana penulis beserta tim dan pembimbing lapangan mendatangi lokasi *rest area* untuk melihat secara langsung kondisi di masing-masing *rest area* sebelum penulis memberikan ide untuk membuat suatu ciri khas atau melakukan *re-branding*. Saat sedang melakukan survey lokasi hasil pengamatan penulis adalah bahwa saat *weekend* (hari sabtu dan minggu) kondisi di *rest area* cenderung ramai dibandingkan saat *weekdays* (hari

senin – jumat). Namun, fasilitas yang ada tidak dapat mencukupi kebutuhan pengunjung rest area. Contoh nyata nya adalah tempat duduk untuk pengunjung beristirahat sejenak yang jumlahnya sangat minim, sehingga terpaksa pengunjung rest area duduk terdampar di trotoar.

j. Pembuatan kuesioner survey pengunjung *rest area*

Penulis beserta tim dan pembimbing lapangan bekerjasama dalam pembuatan kuesioner survey untuk diajukan kepada pengunjung *rest area* mengenai pengadaan fasilitas Ruang Terbuka Hijau pada setiap *rest area* serta sekaligus menampung segala saran dari pengunjung *rest area*.

k. Survey pengunjung *rest area*

Penulis beserta tim dan pembimbing lapangan yaitu Bapak Nallino melakukan survey *rest area* yang diharapkan akan dapat mengetahui perilaku pengunjung *rest area*, kebutuhan akan fasilitas dan pelayanan pada *rest area* yang juga terkait dengan ide pembuatan ciri khas pada *rest area* tersebut. Proses survey dilakukan dengan turun langsung ke lapangan, dengan target penyebaran kuesioner survey pengunjung *rest area* totalnya adalah sebanyak 1500 responden untuk keseluruhan *rest area* yaitu pada KM 43A, 68A, 68B, dan 45B. Survey dibagi menjadi 2 tim dan waktu survey pada saat hari kerja dan juga hari libur. Adapun hasil survey yang telah diolah data nya adalah sebagai berikut. Sebelumnya, penulis dan tim sudah menentukan beberapa pilihan untuk fasilitas ruang terbuka hijau, diantaranya: Taman Gazebo, Taman dengan tempat duduk, dan Taman Bermain Anak.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

**Tabel 3. 2 Hasil Survey Pengunjung Rest Area Juli 2017**

No	Pertanyaan	KM 43 A		KM 68A	
		Weekdays	Weekend	Weekdays	Weekend
1	Jenis Kelamin	80% Pria		80% Pria	
2	Usia	50% 31-40th		50% 31-40th	
3	Penghasilan/bulan	51% Rp. 3-6 juta		51% Rp. 3-6 juta	
4	Pengeluaran di <i>rest area</i>	35% Rp. 21-50 ribu		35% Rp. 21-50 ribu	
5	Tujuan akhir perjalanan	41% Merak, 28% Serang		41% Merak, 28% Serang	
6	Fasilitas yang sering dikunjungi	Toilet, Masjid, Pujasera		Toilet, Masjid, Pujasera	
7	Faktor penting yang dibutuhkan	Bersih, nyaman, aman		Bersih, nyaman, aman	
8	Fasilitas tambahan yang diinginkan	Info tol, <i>Charging booth</i> , <i>free wifi</i>		Info tol, <i>Charging booth</i> , <i>free wifi</i>	
9	Fasilitas: Area Pijat				
	a. Minat menggunakan area pijat	48% Berminat	53% Berminat	57% Berminat	55% Berminat
	b. Konsep pijat	56% Tradisional	56% Tradisional	56% Tradisional	56% Tradisional
	c. <i>Budget</i> menggunakan area pijat	35% 25-30 ribu	50% 25-30 ribu	35% 25-30 ribu	31% 25-30 ribu
10	Jenis Ruang Terbuka Hijau yang diminati	51% Taman Gazebo	40% Taman Tempat Duduk	45% Taman Gazebo	40% Taman Gazebo
11	<i>Coffee to go</i> di <i>rest area</i>				
	a. Minat membeli kopi di <i>rest area</i>	79% Beli kopi	71% Beli kopi	78% Beli kopi	65% Beli kopi
	b. Frekuensi membeli kopi di <i>rest area</i>	63% 1-2 kali	70% 1-2 kali	63% 1-2 kali	67% 1-2 kali

No	Pertanyaan	KM 43 A		KM 68A	
		Weekdays	Weekend	Weekdays	Weekend
	c. Lama waktu menikmati kopi	50% Lebih dari 20 menit	48% Lebih dari 20 menit	46% Lebih dari 20 menit	44% Lebih dari 20 menit
	d. Jenis kopi yang dipilih	63% Kopi sachet	67% Kopi sachet	63% Kopi sachet	60% Kopi sachet
	e. <i>Budget</i> membeli kopi di <i>rest area</i>	55% Rp. 5-10 ribu	54% Rp. 5-10 ribu	53% Rp. 5-10 ribu	63% Rp. 5-10 ribu
	f. Makanan ringan yang dikonsumsi saat minum kopi di <i>rest area</i>	29% Roti	33% Roti	24% Gorengan	29% Gorengan
	g. <i>Budget</i> membeli makanan ringan	48% Rp. 10-15 ribu	58% Rp. 10-15 ribu	43% Rp. 10-15 ribu	50% Rp. 10-15 ribu

No	Pertanyaan	KM 68B		KM 45B	
		Weekdays	Weekend	Weekdays	Weekend
1	Jenis Kelamin	82% Pria		82% Pria	
2	Usia	51% 31-40 th		54% 31-40 th	
3	Penghasilan/bulan	45% Rp. 3-6 juta		45% Rp. 3-6 juta	
4	Pengeluaran di <i>rest area</i>	42% Rp. 21-50 ribu		39% Rp. 21-50 ribu	
5	Tujuan akhir perjalanan	89% Jabodetabek		89% Jabodetabek	
6	Fasilitas yang sering dikunjungi	Toilet, Masjid, Pujasera		Toilet, Masjid, Pujasera	
7	Faktor penting yang dibutuhkan	Bersih, nyaman, aman		Bersih, nyaman, aman	
8	Fasilitas tambahan yang diinginkan	Info tol, <i>Charging booth</i> , <i>free wifi</i>		Info tol, <i>Charging booth</i> , <i>free wifi</i>	
9		Fasilitas: Area Pijat			

No	Pertanyaan	KM 68B		KM 45B	
		Weekdays	Weekend	Weekdays	Weekend
	a. Minat menggunakan area pijat	59% Berminat	59% Berminat	48% Berminat	48% Berminat
	b. Konsep pijat	63% Tradisional	63% Tradisional	63% Tradisional	63% Tradisional
	c. <i>Budget</i> menggunakan area pijat	28% Rp. 25-30 ribu	28% Rp. 25-30 ribu	35% Rp. 25-30 ribu	35% Rp. 25-30 ribu
10	Jenis Ruang Terbuka Hijau yang diminati	41% Taman Gazebo	41% Taman Gazebo	40% Taman Gazebo & Tempat Duduk	40% Taman Gazebo & Tempat Duduk
11	<i>Coffee to go di rest area</i>				
	a. Minat membeli kopi di <i>rest area</i>	80% Beli kopi	80% Beli kopi	80% Beli kopi	80% Beli kopi
	b. Frekuensi membeli kopi di <i>rest area</i>	69% 1-2 kali	69% 1-2 kali	70% 1-2 kali	70% 1-2 kali
	c. Lama waktu menikmati kopi	61% Lebih dari 20 menit	61% Lebih dari 20 menit	65% Lebih dari 20 menit	65% Lebih dari 20 menit
	d. Jenis kopi yang dipilih	61% Kopi sachet	61% Kopi sachet	72% Kopi sachet	72% Kopi sachet
	e. <i>Budget</i> membeli kopi di <i>rest area</i>	52% Rp. 5-10 ribu	52% Rp. 5-10 ribu	52% Rp. 5-10 ribu	65% Rp. 5-10 ribu
	f. Makanan ringan yang dikonsumsi saat minum kopi di <i>rest area</i>	28% Gorengan	28% Gorengan	28% Gorengan	36% Gorengan
	g. <i>Budget</i> membeli makanan ringan	54% Rp. 10-15 ribu	54% Rp. 10-15 ribu	54% Rp. 10-15 ribu	46% Rp. 10-15 ribu

Sumber: Data Tim Survey Rest Area

Untuk permasalahan tidak memiliki konsep mengenai cara pembuatan suatu ciri khas pada fasilitas *shelter* yang bertujuan untuk menciptakan *awareness*, di selesaikan dengan cara:

- Analisa peraturan mengenai pembangunan fasilitas *shelter*.
- Melakukan wawancara dengan pihak *controller* armada bus dan pihak perusahaan otobus.
- Penentuan *brand positioning*, *brand identity*, *brand personality* dan *marketing mix (7P's)*

Kemudian untuk permasalahan mengenai kurangnya data survey pengunjung *rest area* untuk mengetahui perilaku saat mengunjungi *rest area* serta fasilitas dan pelayanan apa yang dibutuhkan oleh pengunjung *rest area* di selesaikan dengan cara:

- Melakukan survey lokasi di setiap *rest area* (KM 43A, 68 A dan B, 45B).
- Melakukan survey pengunjung *rest area* (KM 43A, 68 A dan B, 45B).

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.4 Kendala yang Ditemukan

Kendala yang ditemukan dari setiap pekerjaan yang penulis lakukan selama menjalankan praktek kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Analisa peraturan mengenai pembangunan fasilitas *shelter*

Penulis mengalami kendala saat melakukan analisa peraturan karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki mengenai hal-hal tentang hukum (peraturan-peraturan yang ada di dalam undang-undang) yang tidak penulis pelajari di dalam dunia perkuliahan.

2. Melakukan survey lokasi di titik terjadinya aktivitas naik-turun penumpang bus.

Penulis mengalami kendala saat melakukan survey lokasi karena adanya keterbatasan waktu yang dimiliki, sehingga penulis tidak dapat melihat secara cepat, terdapat di kilometer mana sajakah terjadinya aktivitas naik-turun nya penumpang di sepanjang jalan tol Tangerang – Merak.

3. Membuat daftar pertanyaan *interview* kepada *Controller* dan Perusahaan Otobus.

Penulis tidak terlalu memiliki kendala besar saat membuat daftar pertanyaan untuk melakukan wawancara dengan perusahaan otobus, hanya saja masih terdapat pertanyaan-pertanyaan yang kurang efektif sehingga diperlukannya perbaikan.

4. Melakukan *interview* dengan *Controller* armada bus di *rest area* dan Perusahaan Otobus.

Penulis mengalami kendala saat *interview* dengan *controller* armada bus yang berada di *rest area*, karena pihak *controller* masih ragu untuk terbuka dalam menjawab atau dalam menyampaikan informasi yang penulis butuhkan. Sedangkan dengan Perusahaan Otobus (PT. Arimbi Jaya Agung), penulis

mengalami kendala yaitu sulit untuk mengatur jadwal wawancara dengan pihak perusahaan otobus.

#### 5. Penerapan strategi *branding* dan *marketing mix*

Penulis mengalami kendala saat membuat strategi *branding* karena panduan (*guidelines*) yang diberikan mengenai strategi *branding* dari dalam perusahaan sangat minim. Selain itu, kendala lain yang dialami oleh penulis adalah kesulitan menyatukan berbagai pendapat yang ada antara penulis dengan *partner* kerja.

#### 6. Menentukan atribut dan desain fasilitas *shelter*.

Penulis mengalami kendala saat menentukan desain fasilitas *shelter* yaitu kurangnya referensi mengenai desain dan juga penulis terkadang sulit menyatukan berbagai pendapat yang ada antara penulis dengan *partner* kerja.

#### 7. *Presentation*

Penulis mengalami kendala saat melakukan presentasi karena penulis belum mengetahui bagaimana cara pembuatan materi presentasi yang baik dan menarik terutama dalam pembuatan slide yang terstruktur dan rapi. Selain itu, penulis terkadang tidak ingat dengan hal-hal kecil yang seharusnya disampaikan.

#### 8. Diskusi hasil survey *rest area* 2016

Penulis mengalami kendala saat melakukan diskusi hasil survey *rest area* Juli 2016, karena hasil survey yang ada adalah hasil gabungan atau hasil survey secara keseluruhan (*rest area* 43A, 68A, 68B, dan 45B). Sehingga tidak bias melihat secara *detail* profil pada setiap *rest area*. Kemudian saat pembimbing lapangan memfokuskan Ruang Terbuka Hijau sebagai salah satu pilihan untuk

*rejuvenate rest area*, penulis belum mengetahui jenis Ruang Terbuka Hijau apa saja yang akan dibuat pada masing-masing *rest area*.

#### 9. Survey lokasi *rest area*

Penulis mengalami kendala saat melakukan survey lokasi *rest area* karena belum memahami setiap sudut atau keseluruhan lahan kosong yang dimiliki pada setiap *rest area*. Sehingga, penulis kesulitan untuk menentukan area atau lokasi yang cocok untuk pembuatan ciri khas di masing-masing *rest area*. Selain itu, penulis belum mengetahui bagaimana perilaku dari masyarakat yang mengunjungi *rest area* yang berada di jalan tol Tangerang – Merak.

#### 10. Pembuatan kuesioner survey pengunjung *rest area*

Penulis memiliki kendala yaitu perbedaan pendapat dengan tim saat menyusun pertanyaan kuesioner, masih terdapat pertanyaan yang kurang efektif sehingga dapat menyebabkan rasa bosan kepada responden saat pertanyaan dalam kuesioner tersebut diajukan.

#### 11. Survey pengunjung *rest area*

Penulis mengalami kendala saat melakukan survey *rest area* karena tidak semua pengunjung *rest area* dapat ditanyakan, dan pertanyaan yang diajukan masih ada yang sedikit membingungkan responden.

Sedangkan kendala yang penulis alami secara operasional (teknis), adalah sebagai berikut:

##### 1. Fasilitas berupa transportasi

Penulis mengalami kendala transportasi terutama pada saat ingin melakukan survey karena kendaraan operasional perusahaan terbatas dan cukup sulit prosedur untuk meminjam kendaraan operasional perusahaan, selain itu perusahaan juga lebih memprioritaskan karyawan tetap untuk menggunakan kendaraan operasional perusahaan.

## 2. Fasilitas berupa akses internet (*wifi*)

Penulis mengalami kendala tidak memiliki akses internet (*wifi*) perusahaan karena IP address yang harus didaftarkan dan divisi IT yang kurang mendukung hal tersebut. Padahal akses internet sangat dibutuhkan oleh penulis karena untuk mendukung beberapa pekerjaan penulis seperti mencari referensi gambar, mengakses peraturan undang-undang yang dilakukan secara online, informasi-informasi lainnya yang penulis juga butuhkan melalui internet dan juga untuk mengirimkan *email* berupa *updateprogress* pekerjaan kepada pembimbing lapangan ketika dibutuhkan secara mendadak.

### 3.5 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Solusi atas kendala yang ditemukan dari setiap pekerjaan yang penulis lakukan selama menjalankan praktek kerja magang adalah sebagai berikut:

#### 1. Analisa peraturan mengenai pembangunan fasilitas *shelter*.

Penulis berdiskusi dengan pembimbing lapangan karena penulis tidak memiliki kemampuan khusus dalam menganalisa peraturan undang-undang, sehingga penulis juga meminta referensi *website* untuk pencarian peraturan-peraturan yang diperlukan kepada pembimbing lapangan, kemudian penulis juga meminta bantuan kepada *partner* kerja untuk membagi tugas analisa peraturan, solusi lainnya penulis melakukan *screenshot* pada setiap peraturan yang diperlukan kemudian dibuatkan *summary* serta sisi positif dan negatif dari peraturan tersebut.

#### 2. Melakukan survey lokasi di titik terjadinya aktivitas naik-turun penumpang bus.

Solusi dari kendala yang penulis alami adalah dengan bekerja sama dengan tim lainnya untuk membantu menyebutkan di kilometer berapa terjadinya aktivitas naik-turun penumpang, sehingga penulis dapat mencatat secara

lengkap titik-titik terjadinya aktivitas naik-turun penumpang bus di jalan tol Tangerang – Merak.

3. Membuat daftar pertanyaan *interview* kepada *Controller* dan Perusahaan Otobus.

Solusi dari kendala yang penulis alami dalam pembuatan daftar pertanyaan *interview* adalah berdiskusi dengan pembimbing lapangan dan meminta revisi untuk pertanyaan-pertanyaan yang masih dianggap kurang efektif.

4. Melakukan *interview* dengan *Controller* armada bus di *rest area* dan Perusahaan Otobus.

Solusi dari kendala yang penulis alami saat melakukan *interview* dengan *controller* yang berada di *rest area* adalah dengan mengganti beberapa pertanyaan agar lebih sederhana sehingga mudah dimengerti serta cara penyampaian penulis saat bertanya dengan pihak *controller* harus santai dan fleksibel, sebelumnya penulis telah melakukan *role play* dengan *partner* kerja sebelum melakukan wawancara. Selain itu, untuk solusi dari kendala yang penulis alami dengan perusahaan otobus adalah mengunjungi kantor perusahaan otobus secara langsung dan membuat perjanjian langsung kepada pihak kepala operasional yang akan penulis wawancara.

5. Penerapan strategi *branding* dan *marketing mix*

Solusi dari kendala yang penulis alami saat menentukan strategi *branding* dan *marketing mix* adalah dengan melihat referensi dari teori-teori yang telah penulis pelajari di dalam perkuliahan serta melihat tugas-tugas kuliah yang telah penulis selesaikan mengenai *marketing mix*. Selain itu, penulis melakukan diskusi dengan pembimbing lapangan apakah strategi *branding* dan *marketing mix* yang penulis kerjakan sudah tepat.

6. Menentukan atribut dan desain fasilitas *shelter*

Solusi dari kendala yang penulis alami saat menentukan desain fasilitas *shelter* adalah dengan mencari referensi dari internet dan berdiskusi secara intens dengan *partner* kerja penulis.

#### 7. *Presentation*

Solusi dari kendala yang penulis alami saat melakukan presentasi adalah dengan melihat terlebih dahulu presentasi yang telah dibuat oleh pembimbing lapangan ataupun tim internal *business development* sebagai referensi, lalu penulis meminta *feedback* kepada pembimbing lapangan apakah materi dan desain slide presentasi yang penulis buat sudah tepat dan menarik, apabila masih dirasa kurang maka penulis segera melakukan revisi. Selain itu, penulis melakukan latihan presentasi agar dapat mengingat seluruh materi yang ingin disampaikan.

#### 8. Diskusi hasil survey *rest area* 2016

Solusi dari kendala yang penulis alami adalah dengan membagi survey *rest area* untuk setiap wilayah (KM 43A, 68A dan B, 45B) sehingga dapat dibuat profil pada masing-masing *rest area* dan penulis mulai mencari beberapa contoh ruang terbuka hijau melalui internet sebagai referensi untuk saran pembuatan ciri khas pada setiap *rest area*.

#### 9. Survey lokasi *rest area*

Solusi dari kendala yang penulis alami saat survey lokasi *rest area* adalah melakukan pengamatan terhadap pengunjung *rest area* dan mencatat garis besar *behavior* dari pengunjung di setiap *rest area*. Selain itu, penulis meminta *print-out* terkait dengan denah secara keseluruhan dari masing-masing *rest area* kepada pembimbing lapangan sehingga penulis dapat melihat secara jelas lahan kosong yang dapat dijadikan tempat untuk membuat suatu ciri khas.

#### 10. Pembuatan kuesioner survey pengunjung *rest area*

Solusi dari kendala yang penulis alami dalam pembuatan kuesioner survey pengunjung *rest area* adalah berdiskusi dengan pembimbing lapangan dan meminta revisi untuk pertanyaan-pertanyaan yang masih dianggap kurang efektif.

#### 11. Survey pengunjung *rest area*

Solusi dari kendala yang penulis alami saat survey *rest area* adalah dengan membagi tim di setiap *rest area* dan adanya target yang harus dicapai oleh setiap anggota tim di setiap *rest area* sehingga pengunjung di masing-masing *rest area* menjadi lebih banyak dijangkau. Lalu, untuk pertanyaan yang masih membingungkan responden, penulis mendampingi responden dan menjelaskan kepada responden inti dari pertanyaan tersebut.

Sedangkan untuk solusi atas kendala yang penulis alami dalam hal operasional (teknis), adalah sebagai berikut:

##### 1. Fasilitas berupa transportasi

Solusi dari kendala yang penulis alami mengenai transportasi adalah dengan menggunakan kendaraan pribadi ataupun kendaraan dari salah satu anggota tim agar pekerjaan yang dilakukan tidak menjadi terhambat dan dapat selesai sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

##### 2. Fasilitas berupa akses internet (*wifi*)

Solusi dari kendala yang penulis alami mengenai akses internet (*wifi*) adalah dengan menggunakan *personal hotspot* melalui *smartphone* penulis, namun penulis juga berdiskusi dengan pembimbing lapangan serta pihak *human resource development* untuk diberikan fasilitas lain pengganti *router wifi* perusahaan agar dapat mendukung penulis dan juga tim untuk menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu, sehingga diberikan 2 modem internet yang dapat dipakai untuk membantu penulis dan juga tim agar lebih mudah dalam mengakses internet.