

BAB III

PELAKSANAAN MAGANG

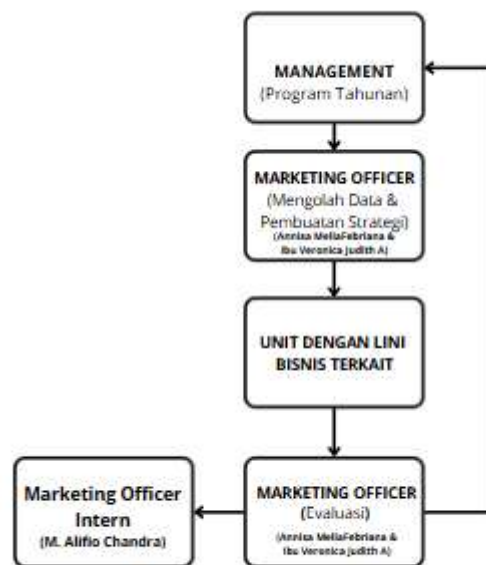
3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan program kerja magang di PT Kereta Api Pariwisata, peserta magang memiliki peran sebagai *Corporate Marketing Intern* yang dimana dibimbing dan diarahkan secara langsung oleh dua mentor yaitu Ibu Annisa Melia Febriana selaku pelaksana *Customer Relationship Management* dan Ibu Veronica Judith A selaku *Assistant Manager of Customer Relationship Management*. Penulis berkesempatan terlibat langsung dalam aktivitas pemasaran spesifik dan terukur, seperti merancang *pitch deck* untuk *Micro-event Activation* pada program *Activity on Train*, membuat paparan optimalisasi promosi Instagram Ads, menyusun *pitch deck KOL* Yogyakarta untuk kolaborasi dengan *key opinion leader*, serta merancang *pitch deck* kolaborasi dengan mitra strategis seperti BPTV guna memperkuat program loyalitas pelanggan. Selain itu, penulis juga aktif melayani pertanyaan dan kebutuhan customer, menangani keluhan secara profesional, serta memberikan solusi tepat untuk menjaga kepuasan pelanggan. Pengalaman ini memperkaya pemahaman penulis tentang pengembangan program pemasaran berbasis *event*, promosi digital, kolaborasi KOL, dan penguatan loyalitas pelanggan melalui kemitraan strategis.

3.1.1 Koordinasi Pelaksanaan Magang

Dalam menjalankan aktivitas magang, penulis mengikuti struktur koordinasi yang telah ditetapkan di Divisi *Corporate Marketing Intern*. Penulis bekerja di bawah pengawasan langsung *Marketing Officer* untuk menyelesaikan tugas-tugas harian, khususnya yang berhubungan dengan pengembangan dan implementasi strategi pemasaran. Setiap hasil kerja yang diselesaikan oleh penulis selanjutnya diajukan kepada *Marketing Officer* untuk mendapatkan masukan dan bimbingan.

Marketing Officer kemudian bertindak sebagai jembatan komunikasi dengan Unit Desain Lini Bisnis Terkait yang memegang tanggung jawab utama atas divisi tersebut. Sistem koordinasi ini dirancang untuk memastikan bahwa seluruh pekerjaan memenuhi standar kualitas perusahaan dan memfasilitasi proses evaluasi serta perbaikan jika diperlukan. Alur koordinasi ini tergambar dalam bagan yang menunjukkan hierarki dan jalur komunikasi antar posisi dalam divisi.



Gambar 3.1.1 Bagan Alur Koordinasi

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani proses magang selama 640 jam di divisi Corporate Marketing, penulis mendapatkan kesempatan untuk terlibat langsung dalam berbagai aktivitas yang berhubungan dengan penyusunan strategi pemasaran dan pelayanan kepada customer. Penulis turut serta dalam penulis mendapatkan kesempatan untuk terlibat langsung dalam aktivitas pemasaran yang spesifik dan terukur, seperti merancang pitch deck untuk *Micro-event Activation* pada program Activity on Train guna meningkatkan engagement pelanggan, membuat paparan optimalisasi promosi

melalui Instagram Ads untuk mendukung strategi *Social Media Promotion*, menyusun *pitch deck KOL* Yogyakarta sebagai bagian dari upaya kolaborasi dengan *key opinion leader* di wilayah Yogyakarta, serta merancang *pitch deck* kolaborasi dengan mitra strategis seperti BPTV dalam rangka memperkuat program loyalitas pelanggan. Selain itu, penulis juga aktif melayani pertanyaan dan kebutuhan *customer* melalui berbagai saluran komunikasi, menangani keluhan secara profesional, serta memberikan solusi yang tepat demi menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Seluruh pengalaman ini memberikan pemahaman mendalam mengenai pengembangan dan pelaksanaan program pemasaran berbasis *event*, optimalisasi promosi digital, kolaborasi dengan KOL, serta penguatan loyalitas pelanggan melalui kemitraan strategis, yang kesemuanya berorientasi pada peningkatan engagement dan pengalaman positif pelanggan.

No	Tugas	Tujuan	Koordinasi	Frekuensi	Hasil
1	Merancang <i>pitch deck</i> untuk program <i>Activity on Train</i>	Meningkatkan <i>engagement</i> pelanggan melalui inovasi aktivitas di kereta wisata	<i>Marketing Officer</i> , Unit Desain Lini Bisnis Terkait	Sesuai kebutuhan proyek/ <i>event</i>	<i>Pitch deck</i> presentasi, konsep <i>event</i> , dan <i>rundown</i> kegiatan yang siap dipresentasikan ke manajemen.
2	Membuat paparan optimalisasi promosi dengan Instagram Ads	Meningkatkan efektivitas promosi digital dan <i>brand awareness Rail Transit</i> Yogyakarta	<i>Marketing Officer</i> , Tim <i>Digital Marketing</i>	Setiap kampanye promosi	Paparan strategi, materi promosi, laporan performa iklan, dan rekomendasi perbaikan promosi
3	Menyusun <i>pitch deck</i> kolaborasi	Memperluas jangkauan promosi <i>Rail</i>	<i>Marketing Officer</i> , Tim	Per kampanye promosi	Daftar KOL terpilih, <i>pitch deck</i> kolaborasi,

	<i>KOL (Key Opinion Leader) Yogyakarta Yogyakarta</i>	<i>Transit Yogyakarta secara efektif dan efisien</i>	<i>KOL/Influencer Marketing</i>		<i>jadwal posting, dan laporan engagement</i>
4	<i>Merancang pitch deck kolaborasi Boarding Pass True Value (BPTV) dengan mitra bisnis</i>	<i>Meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas jejaring promosi melalui program kemitraan strategis</i>	<i>Marketing Officer, Mitra Bisnis (hotel, restoran, dsb)</i>	<i>Periode program</i>	<i>Pitch deck BPTV, daftar mitra, materi promosi, laporan benefit untuk pelanggan dan mitra</i>
5	<i>Melayani customer service melalui WhatsApp Bisnis</i>	<i>Memberikan informasi, menjawab pertanyaan, dan menangani keluhan pelanggan secara profesional</i>	<i>Marketing Officer, Tim Customer Relationship Management</i>	<i>Setiap hari kerja</i>	<i>Respon cepat pelanggan, dokumentasi percakapan, data feedback untuk evaluasi layanan</i>

Tabel 3.2.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

3.3 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama magang sebagai seorang *Corporate Marketing Intern* di PT KA Pariwisata, peran strategi pemasaran sangat krusial dalam mendukung pencapaian tujuan perusahaan, khususnya dalam meningkatkan jumlah penumpang dan memperkuat citra merek di industri pariwisata berbasis kereta api. Berikut merupakan penjabaran beberapa tugas utama yang penulis kerjakan selama masa magang, yaitu:

3.3.1 Merancang *Pitch Deck* untuk Program *Activity on Train*



Gambar 3.3.1.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang



Gambar 3.3.1.2 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Schedule	
Waktu	AGENDA
07:00 - 07:10	Boarding Penumpang
07:10 - 07:20	Opening Greeting
07:30 - 10:00	Enjoying The Journey with Quiz & Souvenir Gift
10:00 - 13:00	Special Workshop Florist
13:00 - 14:00	Photo Session (Polaroid) & Lebaran Gift Card
14:00 - 14:42	Closing greeting & Take away : Hampers, Takjil, & Iftar Meals

Gambar 3.3.1.3 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang



workshop

Description

Dalam perjalanan mudik eksklusif Gambir-Yogyakarta, Kereta Wisata Java Priority menghadirkan pengalaman unik yang memadukan seni dan keindahan alam. Bersama @dayofart.id, penumpang diajak mengikuti Florist Workshop Eksklusif, sebuah aktivitas santai namun penuh makna di sela perjalanan!

Activity

- Mengenal Seni Merangkai Bunga

Florist profesional dari Day of Art akan memperkenalkan berbagai jenis bunga segar serta teknik dasar merangkai bunga dengan estetika yang elegan.

- Menciptakan Buket Pribadi

Dengan kelopak-kelopak yang harum, setiap penumpang dapat membuat rangkaian bunga unik yang bisa dibawa pulang sebagai kenang-kenangan spesial dari perjalanan mudik ini.

Price

100k - 150k/pax

"Java Priority x Day of Art"
Merangkai Keindahan dalam Perjalanan Mudik 🌸



Florist with @dayofart.id

Gambar 3.3.1.4 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

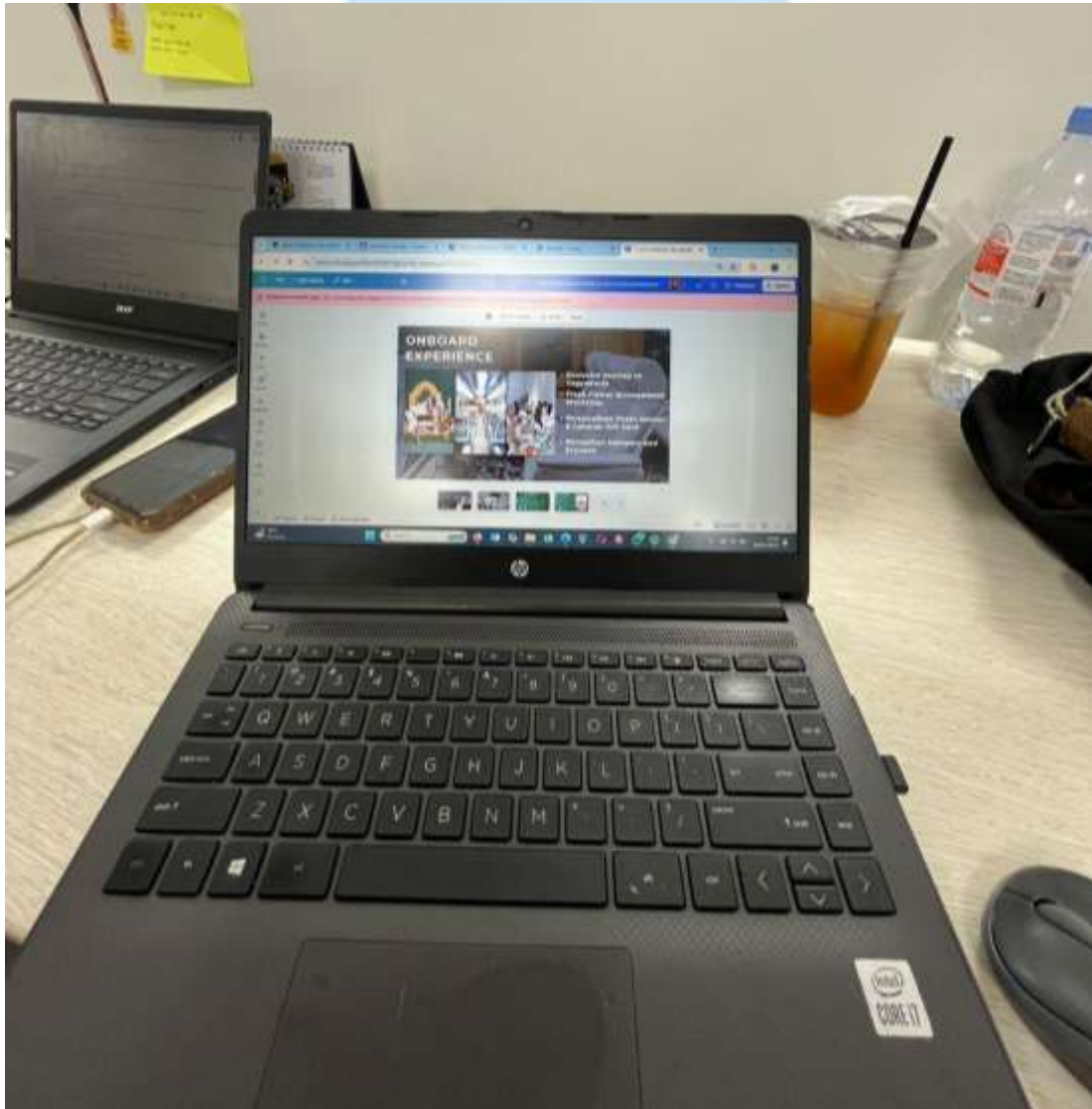
Salah satu tugas utama dalam *jobdesc* saya adalah turut serta dalam proses pembuatan *pitch deck Activity on Train*. *Pitch deck* merupakan alat presentasi strategis yang merangkum nilai unik, keunggulan, dan potensi aktivitas pariwisata berbasis kereta api secara sistematis dan menarik. *Pitch deck* ini dirancang untuk

memperkenalkan konsep *Activity on Train* sebagai inovasi pariwisata berbasis kereta api yang menawarkan pengalaman perjalanan yang unik, berkesan, dan bernilai tambah. Melalui pendekatan sistematis, presentasi ini menyoroti keunggulan, nilai strategis, serta dampak positif yang dapat dihasilkan bagi wisatawan, pelaku industri, dan masyarakat lokal.

Activity on Train menghadirkan perjalanan yang tidak hanya berfokus pada destinasi, tetapi juga pada pengalaman selama perjalanan. Penumpang dapat menikmati berbagai aktivitas tematik, seperti *workshop* seni merangkai bunga, sesi foto eksklusif, hingga paket hampers Lebaran, yang dirancang untuk menciptakan momen istimewa dan mempererat interaksi sosial di dalam kereta. Konsep ini mengintegrasikan unsur edukasi, hiburan, dan budaya lokal, sehingga setiap perjalanan menjadi sarana promosi kekayaan budaya dan kearifan lokal kepada wisatawan domestik maupun mancanegara.

Aktivitas pariwisata berbasis kereta api terbukti mampu mendorong pemerataan ekonomi, terutama di daerah yang selama ini kurang terjangkau oleh wisatawan. Dengan menghubungkan kota besar dan destinasi rural, kereta wisata membuka peluang baru bagi UMKM, pelaku seni, dan komunitas lokal untuk terlibat secara langsung dalam ekosistem pariwisata. Setiap perjalanan dirancang dengan agenda yang jelas, mulai dari boarding, sambutan, aktivitas utama (*workshop*, *games*, sesi foto), hingga penutupan dengan pemberian *hampers* dan souvenir eksklusif. Penumpang mendapatkan pengalaman personalisasi, kenyamanan, serta layanan prima yang menjadi ciri khas kereta wisata modern.

3.3.1.1 Dokumentasi



Gambar 3.3.1.5 Dokumentasi penulis dalam pengerjaan Jobdesc

3.3.2 Paparan Optimalisasi Promosi dengan Instagram Ads



Gambar 3.3.2.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang



Gambar 3.3.2.2 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang



Gambar 3.3.2.3 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang



Gambar 3.3.2.4 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang



Gambar 3.3.2.5 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Selain itu, tugas utama yang penulis lakukan yaitu membuat paparan mengenai Optimalisasi Promosi dengan Instagram Ads. Paparan ini secara sistematis membahas bagaimana Instagram Ads dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk meningkatkan efektivitas promosi, khususnya pada produk *Rail Transit Yogyakarta*. Paparan diawali dengan penjelasan mengenai Instagram Ads sebagai fitur iklan berbayar yang disediakan oleh *platform* Instagram, memungkinkan bisnis untuk memasarkan produk, jasa, atau merek secara terarah kepada *audiens* yang telah ditentukan. Iklan dapat ditampilkan dalam berbagai format, seperti gambar, *video*, *carousel*, serta format interaktif pada *Stories* dan *Reels*, sehingga pesan promosi dapat dikemas secara kreatif dan menarik.

Selanjutnya, paparan menyoroti keunggulan utama Instagram Ads, yaitu kemampuan penargetan audiens yang sangat spesifik berdasarkan minat, demografi, lokasi geografis, perilaku pengguna, hingga riwayat interaksi dengan konten tertentu. Dengan fitur ini, Rail Transit Yogyakarta dapat memastikan bahwa iklan mereka menjangkau segmen pasar yang paling relevan dan berpotensi tinggi. Optimalisasi juga dilakukan melalui pengaturan anggaran dan jadwal tayang iklan. Pengiklan dapat menentukan anggaran harian atau total kampanye, serta memilih waktu penayangan

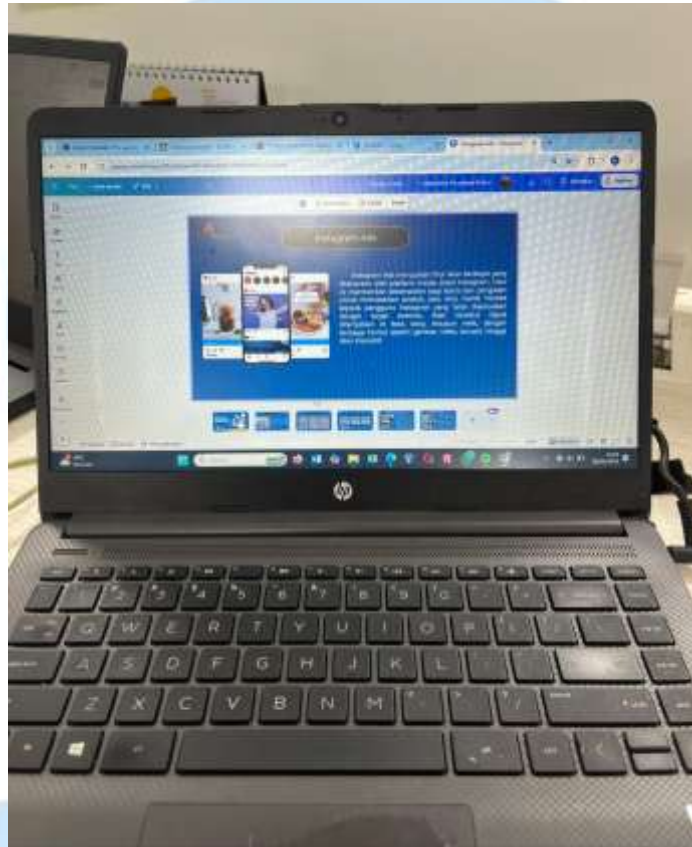
yang strategis, misalnya saat musim liburan atau ketika permintaan meningkat. Penempatan iklan pun dapat dipilih di berbagai lokasi, seperti *feed* utama, *Stories*, *Reels*, *explore page*, bahkan di *platform* lain melalui *Meta Ads Manager*.

Paparan ini juga membahas pentingnya pengukuran kinerja kampanye melalui alat analitik Instagram. Metrik seperti jumlah tayangan, klik, interaksi, hingga konversi dipantau untuk mengevaluasi efektivitas promosi dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Selain itu, sistem *bidding* yang digunakan Instagram memastikan biaya iklan tetap efisien dengan memperhitungkan relevansi dan peluang interaksi iklan dengan audiens.

Secara khusus, paparan menekankan peran Instagram Ads dalam:

- Meningkatkan *brand awareness* Rail Transit Yogyakarta melalui penayangan iklan yang tepat sasaran.
- Meningkatkan minat dan kunjungan masyarakat dengan menonjolkan keunggulan dan manfaat layanan.
- Meningkatkan *traffic* ke situs web atau aplikasi melalui tombol *Call to Action* seperti “Beli Tiket Sekarang”.
- Membangun interaksi dan engagement dengan pengguna melalui fitur komentar, *like*, dan *share*.
- Mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dengan memanfaatkan fitur penargetan dan analitik secara optimal.

3.3.2.1 Dokumentasi



Gambar 3.3.2.6 Dokumentasi penulis dalam pengerjaan Jobdesc

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

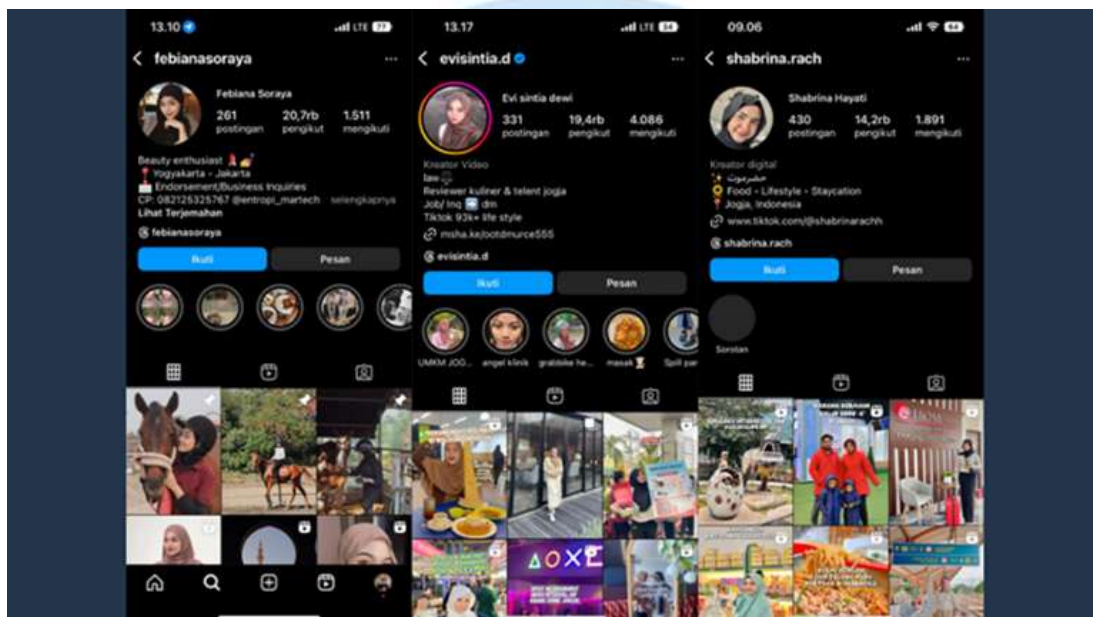
3.3.3 Mencari dan membuat *Pitch Deck* KOL Yogyakarta



Gambar 3.3.3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

No	Nama	Jasa	Biaya
1	Febiana Soraya	1x Instagram Post di Feed (Video)	Rp250.000
2	Evisintia.d	Post Instagram feed/reels	Rp300.000
3	Shabrina Hayati	IG Reels + Mirroring Tiktok	Rp500.000
Total			Rp1.050.000

Gambar 3.3.3.2 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang



Gambar 3.3.3.3 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Selain itu, tugas utama yang penulis lakukan yaitu mencari dan membuat *Pitch Deck* KOL Yogyakarta. Paparan ini secara sistematis memaparkan strategi pemanfaatan *Key Opinion Leader* (KOL) lokal Yogyakarta dengan anggaran di bawah Rp1 juta per KOL, bertujuan untuk memaksimalkan promosi Rail Transit Yogyakarta secara efektif dan efisien. *Pitch deck* ini disusun untuk menunjukkan potensi kolaborasi dengan KOL atau influencer lokal sebagai upaya memperluas jangkauan promosi Rail Transit Yogyakarta. KOL dipilih berdasarkan relevansi *audiens*, *engagement rate*, serta biaya kerja sama yang sesuai dengan anggaran promosi yang telah ditetapkan.

Strategi Pemilihan KOL

- Fokus pada *micro influencer* dan *nano influencer* dengan jumlah pengikut mulai dari 1.000 hingga 50.000, namun memiliki *engagement rate* yang tinggi, sehingga mampu memberikan dampak promosi yang lebih personal dan efektif.
- Seleksi KOL dilakukan melalui platform terpercaya seperti SociaBuzz dengan mempertimbangkan data *rate card*, performa konten, serta segmentasi audiens yang relevan dengan target pasar Rail Transit Yogyakarta.

Proses seleksi dilakukan dengan mempertimbangkan *engagement rate*, relevansi konten, serta segmentasi audiens KOL yang sesuai dengan target pasar Rail Transit Yogyakarta. Data KOL yang terpilih antara lain:

No	Nama	Jasa	Biaya
1	Febiana Soraya	1x Instagram Post di Feed (Video)	Rp250.000
2	Evisintia.d	Post Instagram feed/reels	Rp300.000
3	Shabrina Hayati	IG Reels + Mirroring Tiktok	Rp500.000
Total			Rp1.050.000

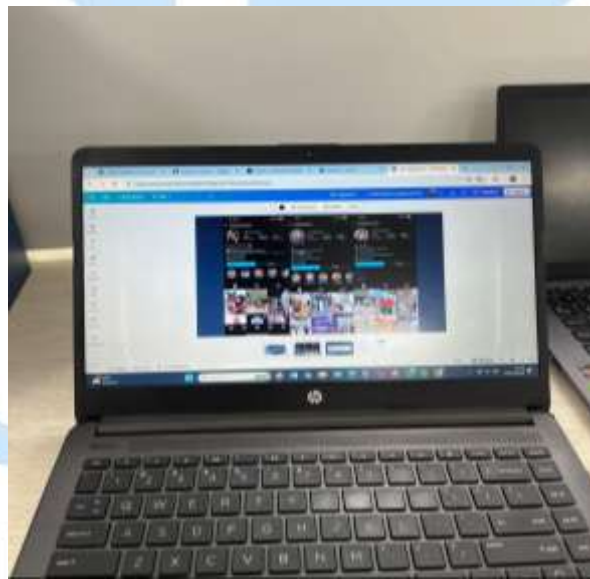
Tabel 3.3.3.4 Data daftar nama KOL

Setiap KOL dipilih berdasarkan performa *engagement* yang baik dan biaya kerja sama yang efisien, sehingga total anggaran tetap di bawah Rp1 juta per KOL sesuai kebutuhan kampanye.

Konsep Kolaborasi

- Setiap KOL akan mempromosikan Rail Transit Yogyakarta melalui konten kreatif seperti video, reels, atau postingan feed yang menonjolkan keunggulan layanan, kemudahan akses, dan pengalaman unik menggunakan transportasi kereta di Yogyakarta.
- Kolaborasi dapat berupa review perjalanan, tips menggunakan Rail Transit, hingga ajakan langsung untuk mencoba layanan melalui *call to action* yang jelas dan menarik.
- Penjadwalan posting disesuaikan dengan momen strategis, seperti akhir pekan atau musim liburan, guna meningkatkan potensi reach dan engagement.

3.3.3.1 Dokumentasi



Gambar 3.3.3.6 Dokumentasi penulis dalam pengerjaan Jobdesc

3.3.4 Merancang *Pitch Deck* BPTV



Gambar 3.3.4.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang



Gambar 3.3.4.2 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang



Gambar 3.3.4.3 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang



Gambar 3.3.4.4 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang



Gambar 3.3.4.5 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang



Gambar 3.3.4.6 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang



Gambar 3.3.4.7 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang



Gambar 3.3.4.8 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Selain itu, tugas utama yang penulis lakukan yaitu merancang *Pitch Deck Boarding Pass True Value* (BPTV). Paparan ini secara sistematis merepresentasikan konsep, mekanisme, manfaat, serta keunggulan strategis program BPTV sebagai bentuk apresiasi kepada pelanggan dan sarana promosi kolaboratif antara PT Kereta Api Pariwisata dengan berbagai mitra bisnis. *Boarding Pass True Value* adalah program apresiasi yang memberikan penawaran atau manfaat tambahan bagi pemilik *boarding pass* kereta api, berupa diskon atau layanan khusus dari mitra bisnis seperti hotel, restoran, tempat wisata, pusat oleh-oleh, hingga layanan kesehatan. Tujuan utama program ini adalah meningkatkan nilai tambah bagi pelanggan, memperkuat loyalitas, dan memperluas jejaring promosi melalui kemitraan strategis dengan berbagai merchant.

Mekanisme Program

- Pelanggan cukup menukarkan *boarding pass*, *e-boarding pass*, atau kode booking perjalanan kereta api di lokasi mitra bisnis untuk mendapatkan promo yang telah ditentukan, sesuai masa berlaku dan ketentuan masing-masing mitra.
- Diskon yang diberikan bervariasi, mulai dari 10% hingga 50%, serta penawaran spesial seperti *voucher* atau hadiah langsung dengan minimal transaksi tertentu.

- Daftar mitra dan promo dapat diakses melalui aplikasi KAI Access pada menu Promo atau melalui situs resmi KAI Wisata, sehingga pelanggan mudah mendapatkan informasi terbaru.

Manfaat Bagi Pelanggan

- Mendapatkan berbagai keuntungan langsung seperti potongan harga, layanan tambahan, atau promo eksklusif di *merchant* yang telah bekerja sama.
- Meningkatkan pengalaman dan *value* dari setiap perjalanan dengan kereta api, menjadikan perjalanan lebih berkesan dan bernilai tambah.

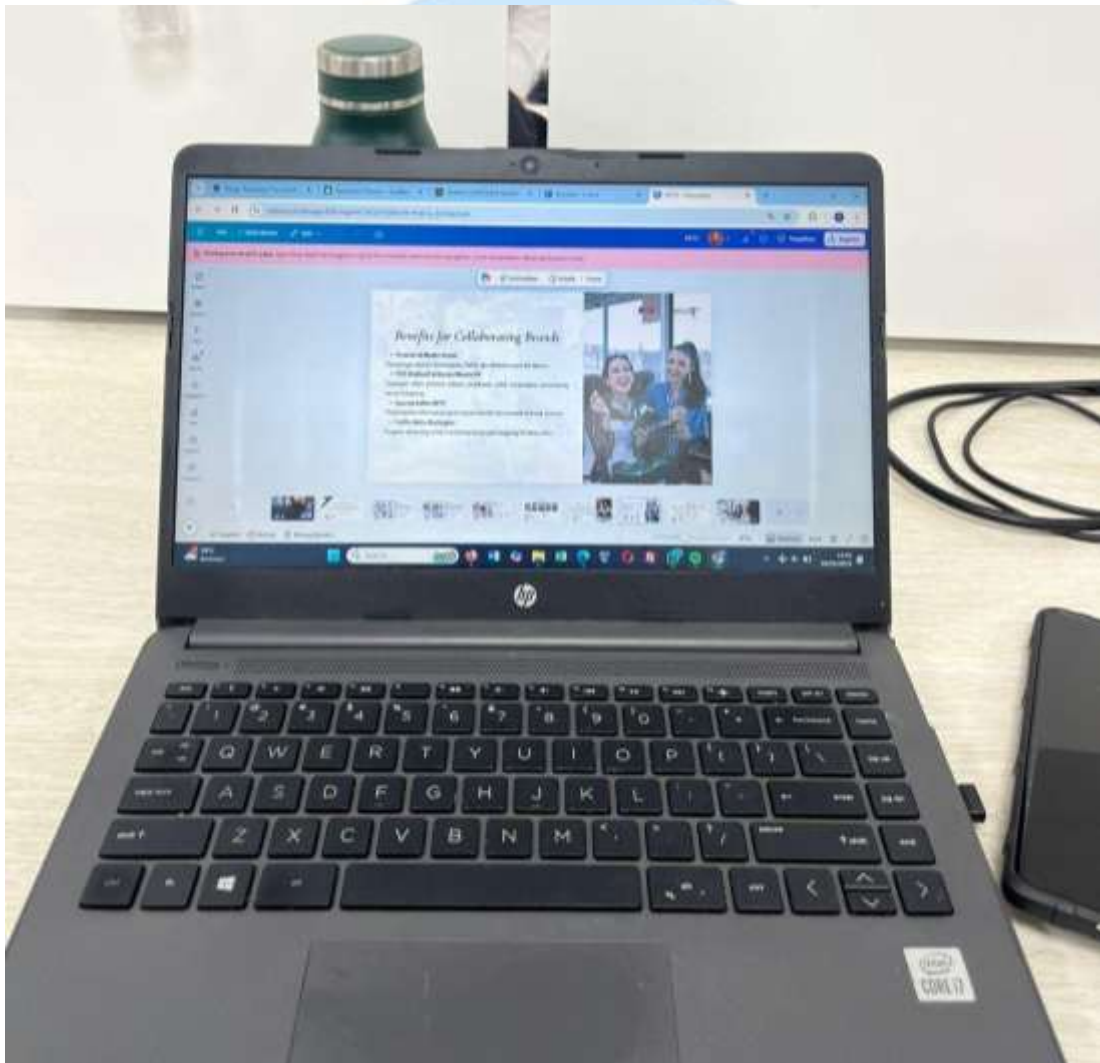
Manfaat Bagi Mitra Bisnis

- Mendapatkan eksposur promosi di kanal *digital* KAI Wisata seperti Instagram, TikTok, dan *website* resmi.
- Penayangan konten promosi (TVC) secara eksklusif di kereta wisata, menjangkau penumpang secara langsung selama perjalanan.
- Program ini dirancang untuk mendorong *traffic* ke lokasi mitra, meningkatkan kunjungan dan potensi transaksi dari segmen pelanggan kereta api.

Keunggulan Strategis

- BPTV memperkuat *brand image* KAI Wisata sebagai penyedia layanan transportasi yang inovatif dan berorientasi pada pengalaman pelanggan.
- Memperluas jaringan kemitraan dengan berbagai sektor industri, mulai dari *hospitality*, F&B, hingga layanan kesehatan.
- Meningkatkan loyalitas pelanggan melalui program apresiasi yang relevan dan kompetitif di tengah persaingan industri pariwisata dan transportasi.

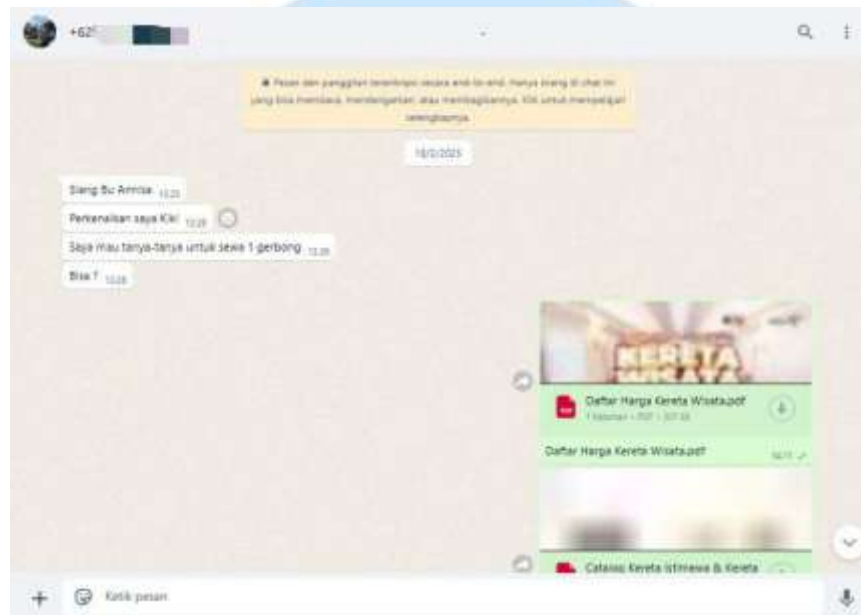
3.3.4.1 Dokumentasi



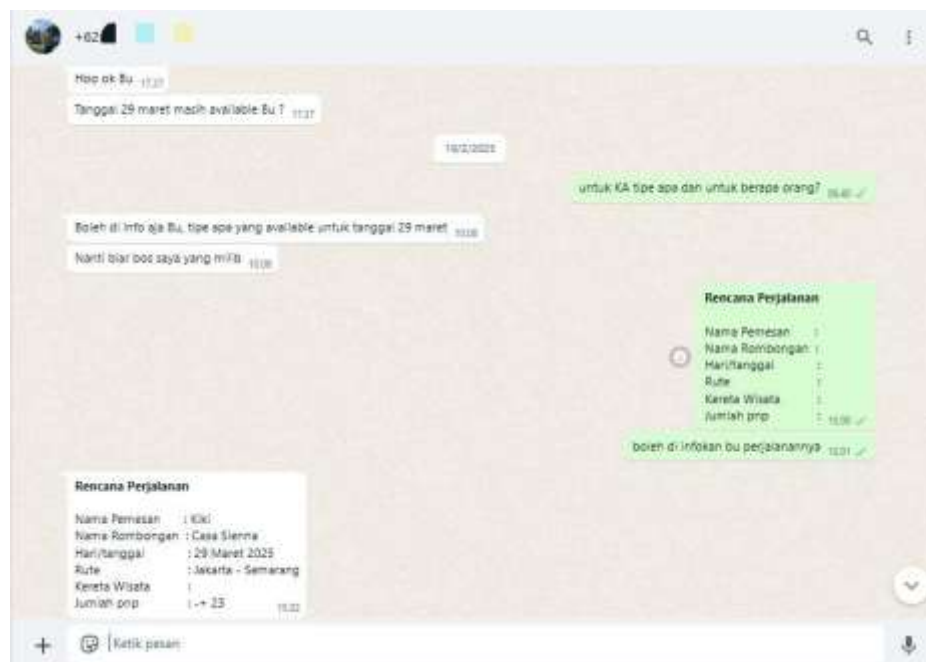
Gambar 3.3.4.9 Dokumentasi penulis dalam pengerjaan Jobdesc

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

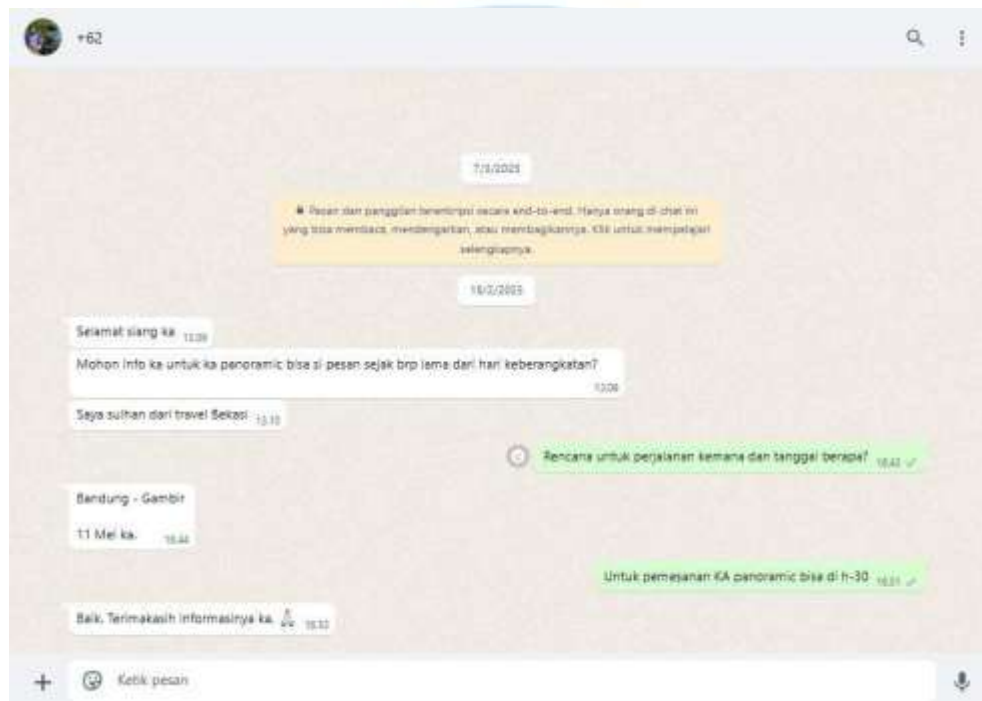
3.3.5 Customer Service



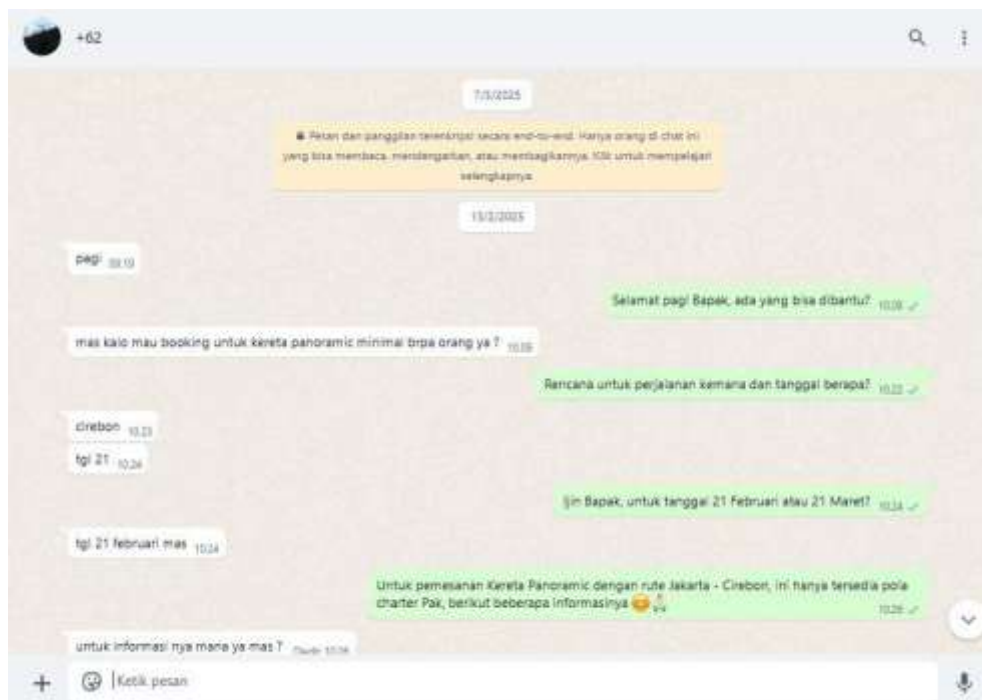
Gambar 3.3.5.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang



Gambar 3.3.5.2 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang



Gambar 3.3.5.3 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang



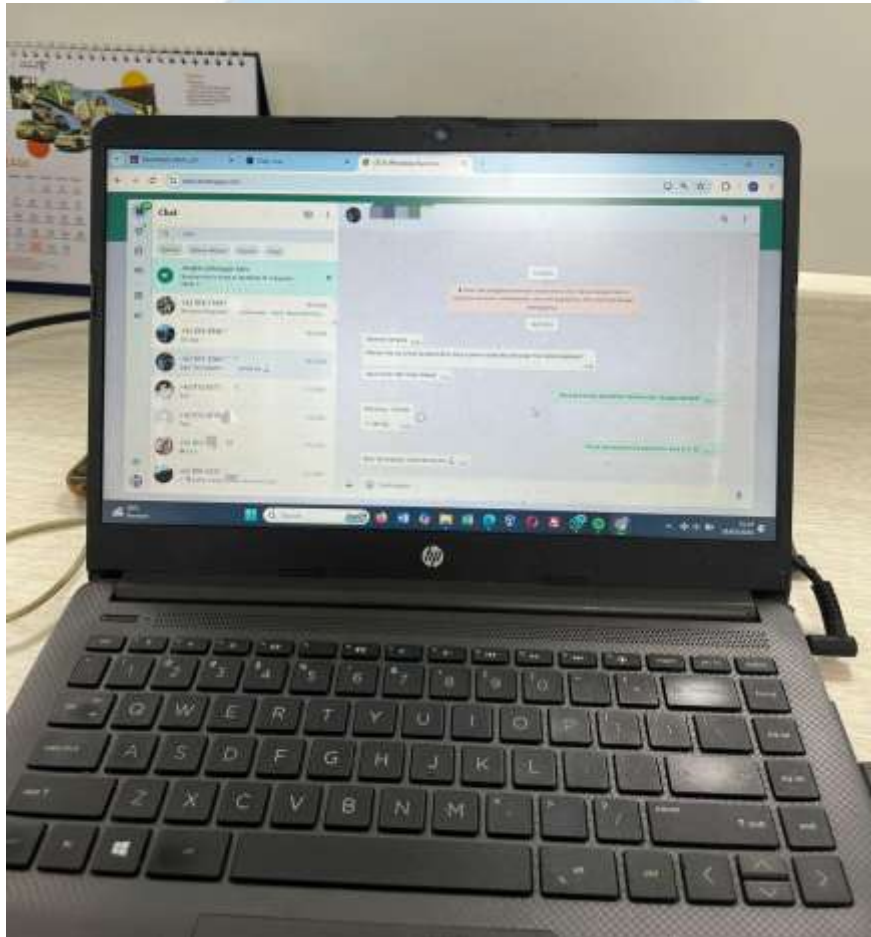
Gambar 3.3.5.4 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Selain itu, tugas utama yang penulis lakukan selama menjalani magang di PT Kereta Api Pariwisata adalah sebagai *customer service*. Dalam peran ini, penulis bertanggung jawab untuk memberikan informasi, menjawab pertanyaan, serta menangani berbagai permintaan dan keluhan pelanggan yang masuk melalui WhatsApp Bisnis perusahaan. Melalui platform komunikasi ini, penulis memastikan setiap pesan dari pelanggan direspons dengan cepat, ramah, dan informatif, sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi secara optimal.

Aktivitas membalas pesan WhatsApp tidak hanya sebatas memberikan jawaban standar, tetapi juga melibatkan pemahaman mendalam tentang produk dan layanan wisata kereta api yang ditawarkan perusahaan. Penulis harus mampu menjelaskan detail paket wisata, prosedur pemesanan tiket, serta memberikan solusi atas kendala yang dihadapi pelanggan. Hal ini menuntut penulis untuk selalu sigap, teliti, dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik agar dapat membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Selain berinteraksi langsung dengan pelanggan, penulis juga turut mendokumentasikan setiap percakapan penting sebagai bagian dari laporan harian. Data dan *feedback* dari pelanggan yang diterima melalui WhatsApp Bisnis kemudian digunakan sebagai bahan evaluasi dan pengembangan strategi pemasaran oleh tim *marketing*. Dengan demikian, pengalaman menjalani tugas *customer service* ini tidak hanya meningkatkan keterampilan komunikasi penulis, tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam mendukung operasional dan pengembangan layanan PT Kereta Api Pariwisata.

3.3.5.1 Dokumentasi



Gambar 3.3.5.5 Dokumentasi penulis dalam pengerjaan Jobdesc

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.4 Kendala yang Ditemukan

3.4.1 Penyesuaian dengan Standar Perusahaan

Sebagai corporate marketing intern di PT Kereta Api Pariwisata, salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah proses penyesuaian terhadap standar kerja. Setiap tugas dan hasil kerja harus memenuhi ekspektasi profesionalisme, kualitas, serta ketepatan waktu sesuai standar *internal* perusahaan. Hal ini menuntut pemahaman mendalam terhadap budaya kerja, etos profesional, dan sistem koordinasi antar divisi. Penulis yang baru pertama kali masuk ke lingkungan kerja profesional, proses adaptasi ini bisa terasa menantang karena memerlukan kecepatan belajar, kemampuan berkomunikasi efektif, serta konsistensi dalam menjaga kualitas dan akurasi pekerjaan.

3.4.2 Keterbatasan Akses Data dan Informasi Internal

Kendala berikutnya yang cukup signifikan adalah keterbatasan akses terhadap data dan informasi internal perusahaan. Akses terhadap dokumen, data penjualan, laporan keuangan, maupun insight pemasaran sering kali dibatasi demi menjaga kerahasiaan dan keamanan perusahaan. Hal ini menyebabkan keterbatasan dalam melakukan analisis pasar, evaluasi kinerja kampanye, serta penyusunan strategi pemasaran berbasis data. Penulis harus mengandalkan data sekunder atau informasi yang telah disaring oleh atasan, sehingga ruang gerak dalam pengambilan keputusan dan inovasi menjadi terbatas. Kondisi ini menuntut penulis untuk lebih aktif dalam meminta arahan, melakukan diskusi dengan mentor, dan mencari alternatif sumber informasi yang relevan tanpa melanggar kebijakan perusahaan.

3.4.3 Keterbatasan Pengetahuan Produk dan Layanan

Kendala lain yang dialami adalah keterbatasan pengetahuan produk dan layanan, terutama akibat kurangnya pengalaman terjun langsung ke lapangan untuk melihat dan merasakan secara nyata produk kereta pariwisata. Sebagian besar aktivitas magang dilakukan di kantor (*work from office*), sehingga pemahaman intern terhadap detail fasilitas, keunikan layanan, serta pengalaman pelanggan bersifat teoritis dan hanya berdasarkan dokumen atau arahan dari tim. Akibatnya, ketika harus menjelaskan produk kepada calon pelanggan atau membuat materi promosi, intern kerap merasa kurang percaya diri dan kurang mampu menyampaikan value proposition secara otentik. Minimnya pengalaman langsung juga membatasi kemampuan penulis dalam memberikan solusi atas pertanyaan atau keluhan pelanggan yang bersifat teknis maupun operasional. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam mendukung efektivitas pemasaran dan pelayanan pelanggan secara maksimal.

3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

1. Untuk mengatasi kendala penyesuaian dengan standar dan target perusahaan, solusi yang dapat dilakukan adalah dengan memperkuat komunikasi secara rutin dan terstruktur bersama atasan atau mentor melalui *briefing* harian, serta memanfaatkan alat bantu dokumentasi seperti Google Spreadsheet atau *platform* kolaborasi digital untuk mencatat instruksi, progres, dan *feedback*. Dengan cara ini, proses adaptasi terhadap budaya kerja dan ekspektasi perusahaan menjadi lebih terarah, dan penulis dapat segera memperoleh masukan untuk meningkatkan kualitas pekerjaan serta menyesuaikan diri dengan standar dan target yang telah ditetapkan.

2. Dalam menghadapi keterbatasan akses data dan informasi internal, solusi yang dapat diterapkan adalah dengan memaksimalkan penggunaan data sekunder yang tersedia secara publik, seperti analisis media sosial, ulasan pelanggan, dan berita industri, sambil tetap aktif meminta arahan atau klarifikasi kepada atasan terkait data yang diperlukan. Selain itu, membangun bank pengetahuan internal dari dokumentasi pekerjaan dan insight yang telah diperoleh selama magang dapat membantu memperluas referensi, serta mengusulkan digitalisasi data internal jika memungkinkan agar proses pengumpulan dan analisis data menjadi lebih efisien dan akurat.
3. keterbatasan pengetahuan produk dan layanan akibat kurangnya pengalaman terjun langsung ke lapangan, solusi yang dapat dilakukan adalah mengikuti pelatihan product knowledge secara formal yang disediakan perusahaan, melakukan simulasi atau *role-playing* dengan rekan kerja untuk melatih kemampuan menjelaskan produk, serta membangun *bank* pengetahuan pribadi dari materi *internal* yang telah dikumpulkan. Selain itu, menjalin komunikasi aktif dengan tim produk atau *frontliner* di lapangan akan memberikan insight praktis dan pengalaman nyata, sehingga pemahaman penulis terhadap produk dan layanan menjadi lebih komprehensif dan siap diterapkan dalam aktivitas pemasaran maupun pelayanan pelanggan.

3.6 Laporan Utama

3.6.1 Program Bundling “Intimate Wedding on Panoramic Train”



Celebrate Your Special Day
on Board Luxury Train

Inclusive of:

- VIP Waiting Lounge Access
- Kereta Wisata for 22 guests
- Documentation
- Dedicated Train Attendant
- Dishes & Beverages
- Elegant Decoration

Starting From:

Rp 45.500.000,- /38 Pax

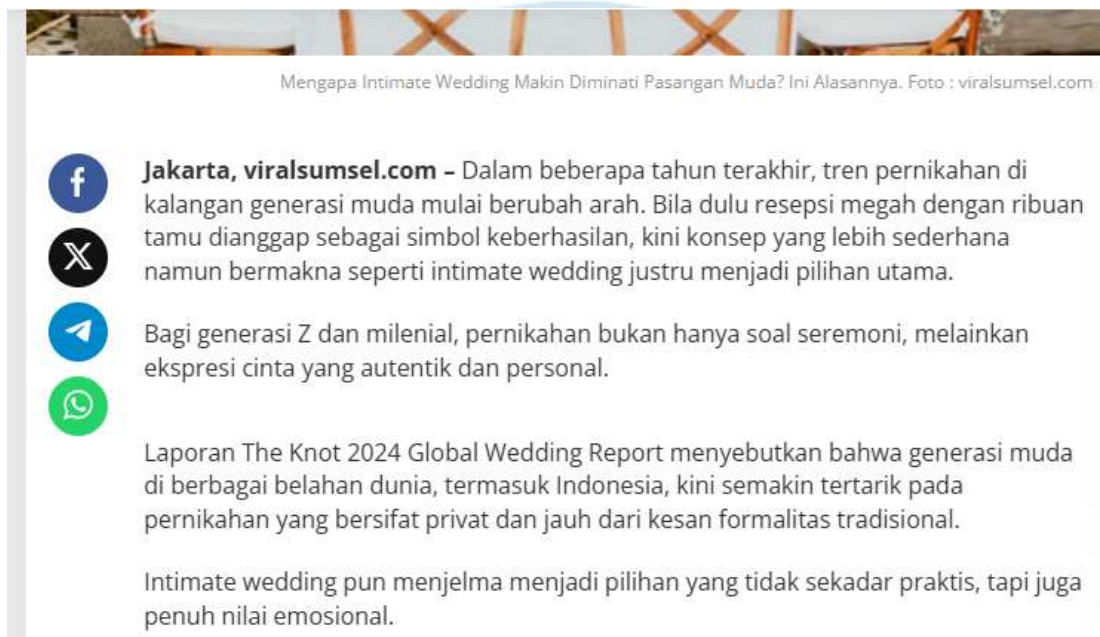
Available Routes:

- Gambir - Bandung
- Gambir - Cirebon
- Gambir - Yogyakarta

Custom Routes Available Upon Request



Gambar 3.6.1.1 Flyer Intimate Wedding on Panoramic Train



Gambar 3.6.1.2 Informasi mengenai tren Intimate Wedding

(Sumber: <https://www.viralsumsel.com/mengapa-intimate-wedding-makin-diminati-pasangan-muda-ini-alasannya/>)



Gambar 3.6.1.3 Informasi mengenai tren Intimate Wedding

(Sumber: <https://www.korsum.id/alasan-intimate-wedding-mencuri-hati-pasangan-muda/>)

Belakangan ini, FYP TikTok diramaikan tren nikah sederhana yang akad di KUA, lalu resepsinya cukup bersama keluarga dan teman dekat saja. Pertanyaannya, mengapa *intimate wedding* menjadi tren, terutama di kalangan Gen Z?

Artikel ini akan membahas alasan Gen Z lebih memilih pernikahan sederhana, bagaimana merencanakannya, biaya nikah mulai dari Rp10 juta, dan beragam tips menghemat *budget* resepsi.

Gambar 3.6.3.4 Informasi mengenai tren Intimate Wedding

(Sumber: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2025/05/12/mengapa-anak-muda-lebih-memilih-intimate-wedding-ini-alasan-dan-tips-nya>)

Penulis melihat adanya peluang besar di tengah perubahan tren pernikahan di Indonesia. Banyak pasangan muda saat ini lebih memilih konsep *intimate wedding*, yaitu pernikahan dengan jumlah tamu terbatas, suasana lebih privat, serta pengalaman yang unik dan berkesan. Berdasarkan data terbaru, 52% pasangan di Amerika Serikat pada tahun 2023 memilih pernikahan dengan tamu kurang dari 50 orang, dan tren ini terus meningkat secara global, termasuk di Indonesia. Melihat peluang tersebut, penulis menginisiasi program bundling "*Intimate Wedding on Panoramic Train*" bersama PT KA Pariwisata. Program ini menawarkan pengalaman pernikahan eksklusif di atas kereta Panoramic yang mewah, dengan fasilitas lengkap seperti dekorasi *florist*, dokumentasi profesional, *catering*, *dedicated crew*, hingga ruang tunggu VIP. Dengan kapasitas maksimal 38 orang, paket ini sangat cocok untuk *intimate wedding* yang mengutamakan keintiman dan kenyamanan.

Target utama dari project ini adalah:

- Menarik segmen pasar pasangan muda yang menginginkan pernikahan privat, eksklusif, dan *memorable*.
- Memperkuat *positioning* PT Kereta Api Pariwisata sebagai pelopor layanan *wedding tourism* berbasis *rail travel* di Indonesia.
- Meningkatkan pendapatan perusahaan dengan membuka segmen baru di industri pariwisata dan *wedding tourism*.

Rincian Paket dan Perhitungan Biaya

Rute	Base Fee Kereta	Florist	Documentation	Total Package Fee	Biaya Per Pax
Jakarta-Bandung	Rp 40.000.000	Rp 3.500.000	Rp 2.000.000	Rp 45.500.000	Rp 1.197.368
Jakarta-Cirebon	Rp 40.000.000	Rp 3.500.000	Rp 2.000.000	Rp 45.500.000	Rp 1.197.368
Jakarta-Yogyakarta	Rp 54.000.000	Rp 3.500.000	Rp 2.000.000	Rp 59.500.000	Rp 1.565.789

Tabel 3.6.1 Rincian Paket dan Perhitungan Biaya

Florist

Dalam paket bundling "Intimate Wedding on Panoramic Train", dekorasi florist menjadi salah satu elemen utama yang membedakan pengalaman pernikahan di atas kereta Panoramic. Dekorasi florist disiapkan secara profesional untuk menciptakan suasana romantis, intim, dan sesuai dengan tema *wedding* yang diinginkan pasangan. Jenis dekorasi yang disediakan meliputi rangkaian bunga segar untuk area utama, meja, kursi, hingga kemungkinan adanya *floral arch* sebagai latar belakang foto dan prosesi. Setiap detail dekorasi disesuaikan agar harmonis dengan *interior* kereta dan memberikan nuansa eksklusif selama perjalanan. *Florist* yang berpengalaman akan memilih jenis bunga, warna, dan desain yang mampu memperkuat kesan *intimate* dan *memorable* sesuai keinginan pasangan. Dengan biaya khusus yang telah dialokasikan dalam paket (Rp 3.500.000), pasangan tidak perlu repot mengurus vendor terpisah, karena seluruh kebutuhan dekorasi sudah terintegrasi dalam layanan.

Dokumentasi (Foto & Video)

Dokumentasi profesional juga menjadi bagian tak terpisahkan dari program bundling ini. Layanan dokumentasi meliputi pengambilan foto dan video selama prosesi pernikahan di atas kereta, mulai dari persiapan, prosesi akad atau pemberkatan, hingga sesi candid dan momen-momen spesial bersama keluarga serta tamu

undangan. Tim dokumentasi terdiri dari fotografer dan videografer profesional yang akan memastikan setiap momen terekam dengan baik, baik dalam bentuk foto maupun video cinematic.

Output dokumentasi umumnya meliputi:

- Foto-foto beresolusi tinggi yang telah diedit secara profesional.
- Video highlight atau cinematic wedding video berdurasi singkat.
- File digital yang dapat diakses oleh pasangan untuk dibagikan ke keluarga dan sahabat.

Dengan biaya dokumentasi yang telah termasuk dalam paket (Rp 2.000.000), pasangan mendapatkan layanan dokumentasi tanpa perlu mencari vendor eksternal, sehingga seluruh proses menjadi lebih praktis dan efisien.

Program bundling "Intimate Wedding on Panoramic Train" merupakan program perjalanan sekali jalan (one trip) dan tidak termasuk perjalanan pulang (return) dalam paket utama. Hal ini berarti bahwa pelanggan akan menikmati seluruh rangkaian acara pernikahan intim di atas kereta Panoramic selama satu kali perjalanan, dengan fasilitas dan layanan lengkap sesuai yang telah dijelaskan sebelumnya. Untuk meningkatkan pengalaman dan memberikan fleksibilitas kepada pelanggan, PT Kereta Api Pariwisata (KAI) akan memberikan penawaran khusus kepada pasangan wedding berupa opsi perjalanan pulang menggunakan kereta biasa (kereta reguler) atau kereta wisata lainnya. Penawaran ini diberikan sebagai nilai tambah agar pasangan dan tamu undangan dapat memilih metode transportasi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Namun, penting untuk dicatat bahwa penawaran opsi return ini belum termasuk dalam harga paket utama program intimate wedding. Harga untuk perjalanan pulang dengan kereta biasa maupun kereta wisata akan dihitung secara terpisah dan disampaikan kepada pelanggan sesuai permintaan.

3.6.2 Before

Sebelum program ini diimplementasikan, layanan kereta wisata PT KA Pariwisata cenderung bersifat konvensional dan belum menawarkan paket terintegrasi untuk acara spesial seperti pernikahan *intimate*. Pelanggan yang ingin mengadakan pernikahan di atas kereta harus mengatur sendiri berbagai kebutuhan penting, seperti pemilihan rute perjalanan, dekorasi, dokumentasi, hingga catering secara terpisah. Hal ini seringkali menimbulkan beberapa kendala, antara lain:

- Tidak tersedia paket *bundling* yang langsung mencakup perjalanan, *venue*, dekorasi *florist*, dokumentasi, dan layanan *catering* dalam satu harga dan satu sistem pemesanan.
- Sebelum adanya program *bundling*, pelanggan tidak mendapatkan pilihan rute favorit secara khusus seperti Bandung, Cirebon, atau Yogyakarta yang langsung terintegrasi dengan konsep acara *intimate wedding*. Rute dan titik keberangkatan masih tersebar dan belum terfokus dari satu stasiun utama, sehingga kurang praktis bagi pelanggan yang ingin kemudahan akses.
- Layanan kereta wisata lebih banyak digunakan untuk perjalanan reguler atau event korporat, sehingga belum ada sentuhan eksklusif dan personalisasi khusus untuk pernikahan *intimate* yang membutuhkan suasana privat dan memorable.
- Pasangan yang ingin menikah di kereta harus berkoordinasi dengan banyak vendor secara terpisah, mulai dari dekorasi, fotografer, hingga *catering*, yang berpotensi membuat proses persiapan lebih panjang, rumit, dan kurang efisien

3.6.3 Action



Gambar 3.6.3.1 Dokumentasi penulis sedang presentasi

Penulis melakukan presentasi di hadapan jajaran *Marketing Office* untuk mengajukan project improvement berupa program *bundling "Intimate Wedding on Panoramic Train"*. Penulis memaparkan bahwa tren *intimate wedding* semakin diminati oleh pasangan muda di Indonesia, sehingga program ini menawarkan solusi inovatif berupa pengalaman pernikahan eksklusif di atas kereta *panoramic* yang mewah, lengkap dengan dekorasi *florist*, dokumentasi profesional, serta layanan premium.

3.6.4 After

Setelah presentasi project improvement "Paket bundling Intimate Wedding on Panoramic Train" di hadapan manajemen, perusahaan memberikan dukungan penuh terhadap implementasi program ini.



Gambar 3.6.4.1 Dokumentasi B2B Travel Bali Beyond Travel Fair (BBTF) 2025

3.6.4.1 Pelaksanaan Expo & Tujuan

Pada tanggal 9–13 Juni 2025, Marketing Officer PT Kereta Api Pariwisata (KAI Wisata), Annisa Melia Febriana dan Veronica Judith A, berangkat ke Bali untuk mengikuti acara expo “B2B Travel Bali Beyond Travel Fair (BBTF) 2025”. Kegiatan ini berlangsung di Bali International Convention Center (BICC), Nusa Dua, sebagai ajang pameran pariwisata internasional terbesar di Indonesia yang mempertemukan ratusan pelaku industri pariwisata dari dalam dan luar negeri dalam format business-to-business (B2B). BBTF 2025 menjadi platform strategis untuk memperkenalkan destinasi, inovasi, dan produk wisata unggulan Indonesia ke pasar global, serta

memperluas jejaring bisnis dan kolaborasi lintas negara. Dalam expo ini, tim KAI Wisata secara aktif memperkenalkan beberapa program baru, khususnya Program Paket Bundling “Intimate Wedding on Panoramic Train”.

Program ini menawarkan pengalaman pernikahan eksklusif dan privat di atas kereta Panoramic dengan fasilitas lengkap mulai dari dekorasi florist, dokumentasi profesional, hingga layanan catering dan crew dedikasi yang menyasar tren pernikahan intim yang terus meningkat di kalangan pasangan muda. Selain paket wedding, KAI Wisata juga memperkenalkan paket trip wisata dengan kereta eksklusif sebagai bagian dari upaya meningkatkan awareness dan positioning perusahaan di sektor wedding tourism dan rail travel premium.

3.6.4.2 Hasil & Dampak Expo

Keikutsertaan KAI Wisata di BBTF 2025 membuahkan hasil konkret berupa ketertarikan dua calon mitra bisnis untuk bekerja sama dalam penjualan paket Wedding on Train dan paket trip wisata dengan Kereta Wisata, yaitu:

- **Paradise Bintang Bali**

Sebuah travel agent berbasis di Bali yang fokus pada pasar wisatawan internasional dan dikenal sering menangani event-event intimate. Paradise Bintang Bali melihat potensi besar pada konsep intimate wedding di atas kereta Panoramic, karena sesuai dengan karakter wisatawan mereka yang mengutamakan privasi dan pengalaman unik.

- **Tapni.co**

Perusahaan asal Italia yang bergerak di bidang travel dan event organizer, tertarik untuk menjalin kerja sama dalam penjualan paket Wedding on Train serta paket perjalanan wisata menggunakan Kereta Wisata untuk pasar Eropa, khususnya Italia.

Kedua perusahaan ini telah menyatakan minat untuk melanjutkan pembahasan kerja sama lebih lanjut, baik dalam bentuk joint promotion, penjualan paket, maupun pengembangan produk wisata bersama.

