

STRATEGI KOMUNIKASI KEMITRAAN PO LAJU PRIMA DALAM MEMBERIKAN PELAYANAN MELALUI APLIKASI HIBA AKAP ONLINE

A. Irgi Wildan Syihab¹, Robbikal Muntaha Meliala², Teguh Tri Susanto³
Institusi/lembaga Penulis ¹Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi &
Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika
Institusi / lembaga Penulis ²Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi &
Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika
Institusi / lembaga Penulis ³Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi &
Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika

Alamat e-mail : ¹a.irgiwildan10@gmail.com, Alamat e-mail :
²robbikal.meliala@bsi.ac.id, Alamat e-mail : ³teguh.tri@bsi.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the partnership communication strategy implemented by the Laju Prima Bus Company (PO) in delivering excellent service through the HIBA AKAP Online application. The research method used is descriptive qualitative, with data collected through observation, in-depth interviews, and documentation. The informants in this study included Laju Prima's management, ticket agent partners, and loyal customers. The findings reveal that Laju Prima's partnership communication strategy consists of five key components: (1) Shared agenda, (2) Common measurement system, (3) Mutually reinforcing activities, (4) Continuous communication, and (5) Strong supporting infrastructure. The HIBA AKAP Online application serves as a digital bridge that facilitates information transparency, operational efficiency, and reduces conflicts such as double booking. This study offers a new conceptual framework on integrating technology into business communication in the transportation sector.

Keywords: Communication Strategy, Partnership, Service Excellence, Digital Transportation, HIBA AKAP Online

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi kemitraan yang diterapkan Perusahaan Otobus (PO) Laju Prima dalam memberikan pelayanan prima melalui aplikasi HIBA AKAP Online. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan penelitian meliputi manajemen PO Laju Prima, mitra agen tiket, dan pelanggan setia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi kemitraan PO Laju Prima mencakup lima komponen utama: (1) agenda bersama, (2) sistem pengukuran seragam, (3) aktivitas saling mendukung, (4) komunikasi berkelanjutan, dan (5) infrastruktur pendukung yang kokoh. Aplikasi

HIBA AKAP Online berperan sebagai jembatan digital yang memfasilitasi transparansi informasi, efisiensi operasional, serta pengurangan konflik seperti double booking. Studi ini memberikan kerangka konseptual baru tentang integrasi teknologi dalam komunikasi bisnis transportasi.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Kemitraan, Pelayanan Prima, Transportasi Digital, HIBA AKAP Online

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mentransformasi berbagai sektor, termasuk industri transportasi darat di Indonesia. Bisnis perusahaan otobus (PO) dituntut untuk beradaptasi dengan memanfaatkan inovasi digital guna mempertahankan eksistensi dan meningkatkan kualitas pelayanan. PO Laju Prima, sebagai bagian dari HIBA Group, merespons tantangan ini dengan meluncurkan aplikasi HIBA AKAP Online pada tahun 2020. Aplikasi ini tidak hanya berfungsi sebagai platform pemesanan tiket, tetapi juga menjadi sarana strategis dalam membangun dan mengelola komunikasi kemitraan dengan agen tiket yang tersebar di berbagai wilayah.

Berdasarkan observasi awal, sebelum kehadiran aplikasi, PO Laju Prima menghadapi beberapa kendala operasional, seperti koordinasi yang tidak efisien, potensi kesalahan *double booking*, dan kurangnya transparansi informasi

antara perusahaan dan mitra agen. Kehadiran aplikasi HIBA AKAP Online diharapkan dapat menjadi solusi atas permasalahan tersebut. Namun, pengimplementasian teknologi baru tentu memerlukan strategi komunikasi yang tepat agar dapat diterima dan dimanfaatkan secara optimal oleh seluruh pihak yang terlibat, khususnya mitra agen yang memiliki latar belakang dan kemampuan literasi digital yang beragam.

Penelitian ini penting untuk dilakukan guna menganalisis bagaimana strategi komunikasi kemitraan dirancang dan diimplementasikan oleh PO Laju Prima. Fokus penelitian adalah untuk menjawab dua rumusan masalah: (1) Bagaimana strategi komunikasi kemitraan PO Laju Prima dalam memberikan pelayanan melalui aplikasi HIBA AKAP Online? (2) Bagaimana peran aplikasi HIBA AKAP Online dalam menjalin hubungan antara perusahaan dan mitra agen? Secara teoritis, penelitian ini

diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks komunikasi bisnis dan kemitraan di era digital. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi PO Laju Prima dan pelaku industri serupa dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang mendalam dan holistik mengenai strategi komunikasi kemitraan yang diterapkan PO Laju Prima. Lokasi penelitian berpusat di dua tempat, yaitu Terminal Jatijajar, Depok, dan Kantor HIBA Utama Cijago, yang merupakan pusat operasional PO Laju Prima. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei hingga Juni 2025.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah perilaku organisasi PO Laju Prima yang diwujudkan melalui strategi komunikasi kemitraannya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara utama: (1) **Observasi non-partisipan**, dengan mengamati secara langsung

proses interaksi dan koordinasi antara staf operasional dengan mitra agen; (2) **Wawancara semi-terstruktur**, yang dilakukan terhadap sembilan informan yang terbagi menjadi informan kunci (3 staf operasional) dan informan utama (3 mitra agen dan 3 pelanggan setia). Pemilihan informan dilakukan secara *purposive sampling* berdasarkan kriteria kedekatan dan pengetahuan mereka terhadap objek penelitian; serta (3) **Studi dokumentasi**, dengan menganalisis data manifest penumpang, chat grup WhatsApp operasional, dan tampilan aplikasi HIBA AKAP Online.

Data yang telah terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahapan: (1) **Reduksi data**, yaitu proses menyaring dan memfokuskan data yang relevan; (2) **Penyajian data**, dengan menyusun data dalam bentuk narasi dan tabel tematik; dan (3) **Penarikan kesimpulan**, untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara dari berbagai jenis informan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Profil PO Laju Prima dan Aplikasi

HIBA AKAP Online

PO Laju Prima merupakan salah satu anak perusahaan dari HIBA Group yang fokus pada layanan angkutan antarkota antarprovinsi (AKAP). Aplikasi HIBA AKAP Online diluncurkan pada tahun 2020 sebagai bentuk adaptasi terhadap transformasi digital. Aplikasi ini dirancang khusus untuk mitra agen tiket guna melakukan pemesanan tiket secara *real-time*, mengakses data ketersediaan kursi, dan menerima informasi terbaru mengenai jadwal dan kebijakan operasional.

2. Strategi Komunikasi Kemitraan PO Laju Prima

Berdasarkan temuan di lapangan, strategi komunikasi kemitraan PO Laju Prima dapat dipetakan ke dalam lima komponen utama berdasarkan konsep *Collective Impact* (Kania & Kramer, 2021), yaitu:

a. Agenda Bersama

PO Laju Prima membangun kesepakatan bersama dengan mitra agen bahwa aplikasi HIBA AKAP Online hadir untuk menciptakan efisiensi dan transparansi. Inisiatif ini didorong oleh manajemen puncak

HIBA Group yang menginginkan sistem terpusat untuk memantau seluruh aktivitas operasional. Sosialisasi dan pendekatan personal dilakukan kepada mitra agen, terutama yang belum terbiasa dengan teknologi, untuk memastikan adanya kesamaan persepsi dan tujuan.

b. Sistem Pengukuran Seragam

Perusahaan menerapkan standar operasional prosedur (SOP) yang sama untuk semua mitra agen, baik di wilayah Barat maupun Timur. Evaluasi kinerja dan pemahaman terhadap aplikasi dilakukan melalui rapat koordinasi bulanan. Forum ini juga menjadi sarana untuk menerima masukan dan kritik konstruktif dari mitra, sehingga kebijakan yang diterbitkan dapat diterima secara merata.

c. Aktivitas Saling Mendukung

Terbentuknya alur (*flowchart*) penanganan keluhan pelanggan yang jelas menjadi contoh aktivitas saling mendukung. Ketika terjadi masalah, agen bertindak sebagai penerima laporan pertama, yang kemudian diteruskan kepada tim operasional untuk ditindaklanjuti. Kolaborasi ini memastikan setiap masalah diselesaikan secara sistematis dan

responsif, memperkuat rasa saling percaya antara perusahaan dan mitra.

d. Komunikasi Berkelanjutan

Komunikasi dijaga secara intensif melalui saluran formal dan informal. Saluran formal berupa sosialisasi berkala dan helpdesk aplikasi. Sementara itu, grup WhatsApp digunakan sebagai saluran informal untuk koordinasi harian, memberikan pengumuman mendadak, dan memecahkan masalah secara cepat. Komunikasi dua arah ini membuat mitra merasa didengar dan menjadi bagian dari organisasi.

e. Infrastruktur Pendukung yang Kokoh

Dukungan teknologi sepenuhnya ditangani oleh tim IT internal HIBA Group yang beranggotakan enam orang ahli. Keputusan untuk tidak melibatkan pihak ketiga didasari pertimbangan keamanan data, efisiensi biaya, dan kecepatan respons dalam menangani kendala teknis. Infrastruktur yang andal ini menjadi tulang punggung kelancaran operasional aplikasi.

3. Peran Aplikasi HIBA AKAP Online dalam Komunikasi Kemitraan

Aplikasi HIBA AKAP Online berperan sebagai *digital bridge* yang

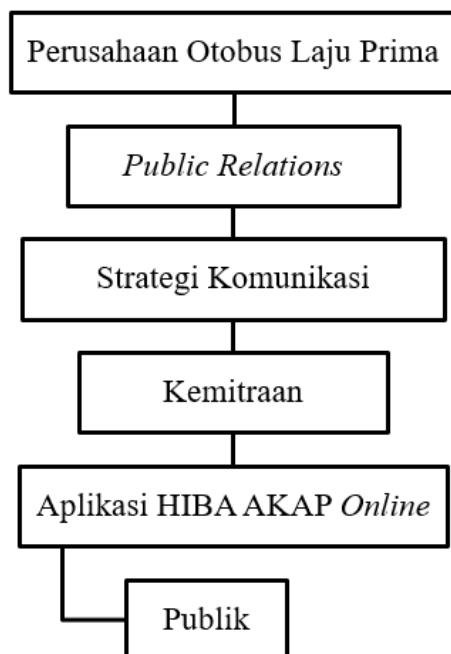
mentransformasi pola komunikasi dari yang semula manual dan hierarkis menjadi digital dan partisipatif. Fitur-fitur seperti pemesanan online, notifikasi *real-time*, dan dashboard data penjualan telah memangkas birokrasi, mengurangi kesalahan komunikasi (*double booking*), dan meningkatkan akurasi informasi. Waktu pemesanan tiket yang sebelumnya bisa memakan waktu lama, kini dapat diselesaikan dalam rata-rata di bawah 10 menit.

Tabel 1. Dampak Kehadiran Aplikasi HIBA AKAP Online

Aspek	Sebelum Aplikasi	Setelah Aplikasi
Waktu Pemesanan	> 30 menit	< 10 menit
Transparansi Kursi	Terbatas, melalui telepon	Terbuka, dapat dipilih langsung
Pelaporan Keuangan	Manual, rentan salah	Otomatis, terpusat
Konflik (Double Booking)	Sering terjadi	Berkurang signifikan

4. Kendala dan Solusi
Implementasi aplikasi tidak lepas dari kendala, seperti *server down* pada

masa *peak season* dan rendahnya literasi digital sebagian mitra agen. Solusi yang diambil antara lain dengan mengoptimalkan kapasitas server sebelum hari raya, menyelenggarakan pelatihan aplikasi secara rutin, dan menyediakan bantuan via telepon bagi mitra yang mengalami kesulitan. *elasnya* adalah sebagai berikut.



Gambar 1 Kerangka Berfikir

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi kemitraan PO Laju Prima melalui aplikasi HIBA AKAP Online telah berjalan efektif. Strategi yang dibangun di atas lima pilar—agenda bersama, pengukuran

seragam, aktivitas saling mendukung, komunikasi berkelanjutan, dan infrastruktur yang kokoh—telah berhasil menciptakan sinergi yang kuat antara perusahaan dan mitra agen. Aplikasi HIBA AKAP Online terbukti berperan sentral sebagai penghubung digital yang meningkatkan efisiensi, transparansi, dan kualitas pelayanan secara keseluruhan. Untuk pengembangan ke depan, disarankan agar PO Laju Prima terus meningkatkan literasi digital mitra, menambah fitur-fitur inovatif pada aplikasi (seperti *real-time tracking*), dan menyusun pedoman komunikasi kemitraan secara tertulis. Penelitian lanjutan dapat mengkaji persepsi kepuasan pelanggan akhir terhadap layanan yang telah terdigitalisasi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, H. (2020). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kania, J., & Kramer, M. (2021). Collective Impact. *Stanford Social Innovation Review*.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wawancara dengan Haryo Prasetyo (Kepala Tim Mixing HIBA Group), Juni 2025.

Wawancara dengan Rudy Tan Gunawan (Mitra Agen Jatijajar), Juni 2025.