

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

Tesis ini menggunakan pendekatan analisis pemasaran pemerintah (*government marketing*) dalam pelaksanaan Kawasan Berorientasi Transit atau *Transit-Oriented Development-TOD* dengan menggunakan enam unsur pemasaran pemerintah dari hasil kajian Gelders dan Van De Walle (2005), yaitu: Tahap 1: Desain Produk; Tahap 2: Kecerdasan Pasar; Tahap 3: Komunikasi; Tahap 4: Kampanye; Tahap 5: Pemilihan; dan Tahap 6: Penyampaian pesan. Tujuan dari penelitian ini adalah: bagaimana analisis pemasaran pemerintah (*government marketing*) dalam pelaksanaan Kawasan Berorientasi Transit atau *Transit-Oriented Development-TOD* di Provinsi DKI Jakarta dengan kesimpulan yang mengacu pada enam unsur pemasaran pemerintah Gelders dan Van De Walle (2005)

A. Simpulan

1. Pemasaran Pemerintah

a. Desain Produk;

Desain produk untuk pelaksanaan *transit-oriented development* DKI Jakarta dimulai dengan pembangunan badan usaha milik daerah Provinsi DKI Jakarta yang diberi nama PT. MRT Jakarta pada tahun 2008. Dalam pelaksanaan *transit-oriented development*, Pemprov DKI Jakarta dan PT. MRT Jakarta bekerja beriringan untuk membuat desain produk yang sesuai dengan situasi yang ada. Menurut BPTJ, PT MRT sebagai operator utama TOD di Dukuh Atas mengambil alih peran perancangan, pengawasan dan pelaksanaan. PT MRT Jakarta menilai konsep membangun kawasan berorientasi transit dengan melibatkan pemilik gedung di sekitar stasiun MRT menjadi langkah yang tepat. Selain pengembang mendukung karena mendapatkan keuntungan, pihak PT.MRT juga tidak perlu repot membebaskan lahan dan membangun dari awal. Untuk dapat berkolaborasi dengan pemangku kepentingan terutama pelaku bisnis sebagai pemilik lahan, maka dalam rangka strategi pemasaran pemerintah, PT MRT Jakarta menyempurnakan Desain TOD di Dukuh Atas.

Dalam proses perencanaan pembangunan TOD Dukuh Atas, PT MRT mengadakan sayembara dengan menggandeng Ikatan Arsitek Indonesia (IAI) dan Bank Mandiri sebagai sponsor. Tujuan sayembara ini adalah untuk mendorong partisipasi publik dalam pengembangan kawasan Dukuh Atas (MRT Jakarta, 2018a). Tim penilai sayembara ini menilai berdasarkan tiga aspek utama. Pertama, perencanaan dan perancangan yang mencakup integrasi bangunan dengan kawasan, sirkulasi lalu lintas, serta potensi pengembangan di masa depan. Kedua, elemen ramah lingkungan yang mencerminkan komitmen terhadap pembangunan berkelanjutan, meliputi aspek energi, penggunaan air, ruang terbuka hijau, dan respon terhadap perubahan iklim. Ketiga, aspek ekspresi desain yang mencakup estetika dan pemanfaatan lahan.

Perkembangan terbaru menunjukkan bahwa Pemerintah Provinsi DKI Jakarta menjalin kerjasama dengan PT Commuter Line KAI, yang merupakan Badan Usaha Milik Negara di bawah Kementerian Perhubungan, untuk pengembangan TOD Dukuh Atas. Pada tanggal 9 Desember 2019, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, melalui PT MRT Jakarta (Persero), melakukan penandatanganan Perjanjian Pokok Pembentukan Perusahaan bersama PT Kereta Api Indonesia (Persero). Kerjasama ini merupakan langkah awal untuk mempermudah dan meningkatkan layanan transportasi antarmoda yang terintegrasi bagi masyarakat di wilayah Jabodetabek. Merancang suatu kawasan berorientasi transit membutuhkan banyak pertimbangan, untuk itu PT MRT Jakarta memiliki mitra sebagai konsultan dalam proyek TOD di Dukuh Atas. Dukuh atas sendiri merupakan satu-satunya titik *transit oriented development* yang sudah diresmikan oleh Gubernur DKI Jakarta pada 23 maret 2018. Alasan dipilihnya Dukuh Atas sebagai titik TOD pertama karena merupakan titik pertemuan berbagai kendaraan umum massal mulai dari berbasis rel hingga roda.

ITDP atau *Institute of Transportation & Development Policy* dipilih karena telah memiliki pengalaman profesional di banyak negara dalam bidang *transit oriented development*. Sesuai dengan yang diutarakan Head of Corporate Communication Department di PT. MRT Jakarta, ITDP memiliki delapan prinsip TOD yang perlu dipertimbangkan dalam membuat konsep TOD di Dukuh Atas.

Prinsip tersebut adalah *walk, cycle, shift, transit, mix, densify*, dan *shift*. Dari ITDP pula diketahui bahwa terdapat banyak konsep *transit-oriented development* dengan tipologi masing-masing.

Untuk meningkatkan kenyamanan dan aksesibilitas bagi masyarakat, konsep pembangunan terintegrasi akan diterapkan di area jalan raya. Ini mencakup pelebaran trotoar untuk pejalan kaki dan jalur sepeda, serta penyediaan rak sepeda di setiap stasiun MRT Jakarta dan area turun naik penumpang (*drop on/off*) untuk bus non-BRT, kendaraan penumpang prioritas, dan logistik. Pemerintah Provinsi DKI Jakarta juga akan melakukan penataan ulang terhadap halte-halte BRT Transjakarta agar terintegrasi secara fisik dengan akses masuk ke stasiun MRT Jakarta, seperti yang telah dilakukan di Stasiun Bundaran Hotel Indonesia yang terhubung dengan Halte BRT Transjakarta Bundaran HI. Beberapa gedung di sepanjang koridor juga akan langsung terhubung dengan stasiun MRT Jakarta dan dapat digunakan sebagai area untuk menurunkan penumpang (*kiss and ride*).

b. Kecerdasan Pasar:

Berdasarkan hasil kajian Dave Gelders dan Steven Van De Walle (2005) tentang “kecerdasan pasar” yang merupakan bagian dari pendekatan *marketing government*, implementasi yang sukses dari kecerdasan pasar tergantung pada kemampuan untuk mengidentifikasi pemain kunci. Pada tahap ini dilakukan survei pasar untuk membuat konsep yang paling sesuai. Proyek kawasan berorientasi transit telah melakukan studi banding sebelum akhirnya mengeluarkan konsep yang ditandai dengan dikeluarkannya Peraturan Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 44 Tahun 2017 dan Pergub Nomor 67 Tahun 2019. Survei pasar yang dilakukan meliputi uji coba gratis dari tanggal 5 – 23 Maret 2019. Dari uji coba gratis ini, terlihat masyarakat pengguna belum memiliki budaya bertransportasi, misalnya piknik di MRT, buang sampah sembarangan dan bergelantungan di dalam kereta. Untuk itu, PT MRT Jakarta dan Pemerintah Propinsi DKI Jakarta membuat kebijakan untuk mendorong tumbuhnya budaya bertransportasi dengan cara menempatkan tong sampah di area tidak berbayar, menggandeng para influencer untuk mengaampanyakan penanganan sampah, juga

bekerja sama dengan komunitas maupun lembaga yang peduli terhadap masalah sampah.

Selain itu, untuk memahami kepuasan pelanggan, PT MRT Jakarta melaksanakan survei daring dari tanggal 31 Juli hingga 31 Agustus 2019. Hasil survei mengungkapkan tiga alasan utama mengapa masyarakat memilih menggunakan layanan MRT Jakarta. Pertama, 78,7 persen responden menyatakan bahwa kemudahan integrasi dengan moda transportasi massal lainnya menjadi faktor penting. Kedua, 67,5 persen responden berharap agar jalur MRT Jakarta segera diperpanjang. Ketiga, 56,1 persen responden ingin harga tiket yang lebih terjangkau, di mana 55,3 persen menyebutkan bahwa harga tiket MRT Jakarta masih tergolong mahal. Hasil survei juga menunjukkan bahwa masyarakat menginginkan lebih banyak stasiun MRT Jakarta yang terhubung dengan halte BRT Transjakarta (54 persen) dan stasiun *Commuter Line* (24 persen).

PT MRT Jakarta telah menjalankan berbagai program untuk meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap layanan MRT Jakarta. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan penggunaan MRT sekaligus memberikan pengalaman transportasi yang lebih nyaman dan efisien bagi penumpang.

c. Komunikasi

Dalam upaya mengimplementasikan suatu kebijakan atau konsep, penerimaan masyarakat adalah poin terpenting. Agar masyarakat dapat terinformasikan, yang harus dilakukan adalah melakukan komunikasi yang baik. Berkembangnya zaman menjadi lebih modern membuat jalur komunikasi juga berubah. Pemerintah memanfaatkan teknologi untuk memperkenalkan konsep *transit oriented development*.

Jakarta Smart City sebagai unit pengelola dari Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Pemerintah Provinsi DKI Jakarta merupakan salah satu unit yang bertanggung jawab untuk memperkenalkan konsep transit-oriented development kepada masyarakat. Dilansir dari laman facebooknya, Jakarta Smart City telah memposting beberapa infografik dalam rangka memperkenalkan konsep ke masyarakat. Untuk memperkuat komunikasi eksternal, PT MRT Jakarta juga

menggandeng pihak media massa untuk mensosialisasikan larangan dan aturan ketika menggunakan MRT. Bahkan juga menjelaskan hal-hal yang harus diperhatikan ketika menggunakan MRT. Bukan hanya itu, PT MRT Jakarta juga telah memperkenalkan fitur kereta dan Stasiun MRT Jakarta yang Ramah Penyandang Distabilitas

d. Kampanye

Selama masa kampanye, pasangan Gubernur Anies-Sandi memperkenalkan kampanye integrasi moda transportasi melalui "Program OK-Otrip" sebagai solusi untuk sistem pembayaran angkutan publik di Ibu Kota. Nama program OK-Otrip mulai dikenalkan saat Anies Baswedan dan Sandiaga Uno berkampanye dalam Pilkada DKI 2017. Program ini pertama kali diuji coba pada 15 Januari 2018 dan mengalami perpanjangan uji coba hingga empat kali sebelum akhirnya diterapkan pada 1 Oktober 2018. Selanjutnya, OK-Otrip bertransformasi menjadi Jak Lingko, yang menawarkan moda transportasi terintegrasi dalam hal rute, manajemen, dan pembayaran, mencakup bus besar, bus medium, bus kecil, serta transportasi berbasis rel (MRT dan LRT), yang bertujuan untuk mempermudah mobilitas warga DKI Jakarta.

Program pemasaran pemerintah lainnya yang berkaitan dengan unsur kampanye dalam pelaksanaan Kawasan Berorientasi Transit (TOD) adalah keberhasilan dalam membujuk Mahesh, pemilik Toko Karpet Serba Indah di kawasan Haji Nawi. Pada tanggal 20 Oktober 2017, Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan dan Wakil Gubernur Sandiaga Uno mengunjungi proyek mass rapid transit (MRT) di Stasiun Haji Nawi, Fatmawati, Jakarta Selatan, hanya empat hari setelah mereka dilantik sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta.

e. Pemilihan

Moda transportasi cepat massal pertama yang menjadi bagian dari Pola Transportasi Makro (PTM) di DKI Jakarta adalah bus TransJakarta. Berdasarkan pertimbangan ini, program bus rapid transit (BRT) dipilih sebagai solusi transportasi massal. Perencanaan ini kemudian disahkan melalui keputusan gubernur yang mencakup rencana pembangunan 15 koridor busway. Saat ini, kebijakan PTM telah berkembang menjadi kebijakan Kawasan Berorientasi Transit

(TOD) yang diatur oleh Peraturan Gubernur Nomor 44/2017. Pengembangan TOD kini diatur melalui Pergub No. 67/2019. Dalam konteks pelaksanaan pemasaran pemerintah untuk *transit oriented development* melalui proyek MRT yang bertujuan mengubah perspektif masyarakat agar mendukung integrasi moda transportasi, inisiatif ini sudah dimulai sejak era BJ Habibie (1985) ketika beliau menjabat sebagai Kepala BPPT, dan terus berlanjut hingga saat ini.

Pendekatan Pemprov DKI Jakarta dalam mengatasi masalah transportasi di DKI Jakarta menuai prestasi. Salah satu contoh penghargaan yang diterima adalah penghargaan tiga kota terbaik di dunia dalam perbaikan transportasi. Rencananya, MRT Jakarta akan memiliki 4 rute, yaitu: (1) MRT Koridor Timur Barat Fase I (diresmikan pada tanggal 24 Maret 2019); (2) MRT Koridor Timur Barat Fase II; (3) MRT Koridor Selatan Utara Fase I; dan (4) MRT Koridor Selatan Utara Fase II

f. Penyalpaian pesan

Penyalpaian pesan diawali dengan menganalisis Peraturan Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 67 Tahun 2019 menggunakan NVIVO untuk mendapatkan pesan yang tersirat dalam Peraturan Gubernur tersebut terkait maksud dan tujuan penerapan kawasan berorientasi transit di Provinsi DKI Jakarta, berikut hasil analisisnya

1) Tipologi Kawasan Berorientasi Transit

Kawasan merujuk pada ruang yang merupakan kesatuan geografis beserta semua unsur yang terkait, di mana batas dan sistemnya ditentukan oleh aspek fungsional serta memiliki karakteristik tertentu. Penentuan tipologi Kawasan Berorientasi Transit dilakukan berdasarkan pengembangan pusat layanan, kapasitas angkut, dan aktivitas yang dilakukan di kawasan tersebut. Tipologi Kawasan Berorientasi Transit sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas :

(b) Kawasan Berorientasi Transit Kota;

Kawasan Berorientasi Transit Kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (2) huruf a, berlokasi pada pusat pelayanan kota dalam wilayah kota yang ditetapkan sebagai pusat kegiatan. Kawasan Berorientasi Transit

Kota memiliki karakteristik : (1) pusat kegiatan primer; (2) memiliki aksesibilitas tinggi terutama aksesibilitas pejalan kaki; (3) dilayani oleh sistem transit yang salah satunya berkapasitas tinggi; (4) merupakan Kawasan Campuran komersial, perkantoran dan hunian dengan intensitas tinggi yang menyediakan Rumah Susun Terjangkau dan yang terintegrasi dengan sistem transportasi massal; dan e. proporsi pemanfaatan ruang untuk perumahan adalah 20%-60% (dua puluh sampai dengan enam puluh persen) dan untuk non perumahan adalah 40%-80% (empat puluh sampai dengan delapan puluh persen).

(c) Kawasan Berorientasi Transit Subkota;

Kawasan Berorientasi Transit Subkota, berlokasi pada subpusat pelayanan kota dalam wilayah kota dengan fungsi pelayanan berskala kota yang ditetapkan sebagai pusat kegiatan atau potensial untuk ditetapkan sebagai pusat kegiatan dan menjadi prioritas Pengembangan kota secara terkendali. Kawasan Berorientasi Transit Subkota memiliki karakteristik : (a) berfungsi sebagai pusat kegiatan sekunder; (b) memiliki aksesibilitas tinggi terutama aksesibilitas pejalan kaki; (c) dilayani oleh sistem transit berkapasitas tinggi dan/atau sistem transit berkapasitas sedang; dan (d) merupakan Kawasan Campuran komersial, perkantoran dan hunian dengan intensitas sedang hingga tinggi yang menyediakan Rumah Susun Terjangkau yang terintegrasi dengan sistem transportasi massal; dan e. proporsi pemanfaatan ruang untuk perumahan adalah 30%-60% (tiga puluh sampai dengan enam puluh persen) dan untuk non perumahan adalah 40%-70% (empat puluh sampai dengan tujuh puluh persen).

(d) Kawasan Berorientasi Transit Lingkungan.

Kawasan Berorientasi Transit Lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (2) huruf c, berlokasi pada pusat pelayanan lingkungan dalam wilayah kota dengan fungsi pelayanan berskala lingkungan yang ditetapkan sebagai pusat kegiatan atau potensial untuk ditetapkan sebagai pusat kegiatan dan menjadi prioritas Pengembangan kota secara terkendali. Kawasan Berorientasi Transit Lingkungan memiliki

karakteristik : (a) berfungsi sebagai pusat kegiatan tersier atau yang berpotensi menjadi pusat kegiatan; (b) memiliki aksesibilitas tinggi terutama aksesibilitas pejalan kaki; (c) dilayani oleh sistem transit berkapasitas sedang; (d) berada pada lingkungan hunian dengan akses baik ke pusat kota atau subpusat kota; (e). merupakan Kawasan campuran komersial, perkantoran, dan dominasi hunian dengan intensitas sedang yang menyediakan Rumah Susun Terjangkau yang terintegrasi dengan sistem transportasi; dan (f) proporsi campuran dan keragaman pemanfaatan ruang untuk perumahan adalah 60%-80% (enam puluh sampai dengan delapan puluh persen) dan untuk non perumahan adalah 20%-40% (dua puluh sampai dengan empat puluh persen).

(e) Kawasan Campuran

Harus menyediakan Rumah Susun Terjangkau yang luas lahan dan intensitas pemanfaatan ruang sesuai dengan tipologi kawasan. Pemerintah, Pemerintah Daerah, BUMN dan BUMD yang membangun Rumah Susun Terjangkau dapat diberikan Insentif fleksibilitas terkait luas dan intensitas sesuai kebutuhan.

2) Lima Tema *Transit Oriented Development* (TOD) di DKI Jakarta

Transit Oriented Development (TOD) atau Kawasan Berorientasi Transit (KBT) merupakan perancangan suatu kawasan untuk menyatukan masyarakat kota, kegiatan perkotaan, gedung dan bangunan, serta ruang publik secara bersamaan. Kemudian, dalam kawasan itu juga dilengkapi fasilitas pejalan kaki dan pesepeda yang memadai serta dekat dengan lokasi transit untuk menjangkau bagian kota lainnya. MRT Jakarta akan mengembangkan lima kawasan TOD secara tematik sesuai karakter serta kebutuhan masyarakat di kawasan tersebut:

- (a) Kawasan Dukuh Atas dengan tema "Kolaborasi Gerak, sebagai kawasan TOD yang siap sebagai pusat pergerakan warga Jakarta di pusat kota, dekat Bundaran HI;
- (b) Kawasan Istora-Senayan dengan tema "Beranda Pelita Indonesia", karena sesuai fungsinya sebagai beranda, tempat biasanya orang-orang asing

melihat Jakarta pertama kali, terlebih melalui berbagai ajang olahraga, konser musik dan pusat bisnis;

- (c) Kawasan Blok M dengan tema “Kota Taman di Selatan Jakarta”, yang akan dijadikan pusat bacaan di mana taman-taman akan ditata sedemikian rupa termasuk pengembangan taman bacaan digital sehingga masyarakat bisa dengan nyaman membaca,
- (d) Kawasan Fatmawati dengan tema “Sub-Pusat Selatan Kota Jakarta yang Dinamis dan Progresif” untuk menampung kota-kota di wilayah Selatan, seperti Cinere yang juga akan dibangun hunian vertikal dan
- (e) Kawasan Lebak Bulus dengan tema “Gerbang Selatan Jakarta”, sebagai penyambung warga-warga di Tangerang Selatan untuk menuju wilayah Jakarta Kota.

B. Saran

Saran untuk Pemerintah Provinsi DKI Jakarta :

Pelaksanaan Pemasaran Pemerintah (Dave Gelders dan Steven Van De Walle (2005)) sudah dilakukan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta sejak awal pembuatan Kawasan Berorientasi Transit, namun seiring berjalannya waktu dan dampak dari covid 19 banyak hal yang berubah yang menyebabkan masyarakat lebih memilih kendaraan pribadi dibandingkan transportasi massal. Oleh karena itu Pemerintah DKI Jakarta harus terus menggandeng semua stakeholder dalam rangka menjaga tujuan dan prinsip dari *Transit Oriented Development* untuk memastikan keberlanjutan Kawasan Berorientasi Transit.

Pemerintah DKI Jakarta harus terus berinovasi untuk memperkenalkan titik titik lokasi *Transit Oriented Development* yang baru agar masyarakat dapat menerima informasi secara masif terkait lokasi, proses pembangunan, fasilitas publik yang dapat diakses hingga jalur transportasi yang dapat digunakan untuk merubah paradigma masyarakat yang tadinya lebih memilih untuk menggunakan kendaraan pribadi untuk beralih ke transportasi massal sehingga masalah kemacetan di DKI Jakarta dapat diminimalisir.

Pemerintah DKI Jakarta harus mulai melakukan pengembangan kebijakan terkait insentif yang lebih menarik bagi masyarakat guna mendukung keberhasilan implementasi *Transit Oriented Development* di Jakarta.

Pemerintah DKI Jakarta dapat mengembangkan event space ataupun ruang ke tiga untuk memaksimalkan penggunaan dan pemasaran Kawasan berorientasi transit agar masyarakat lebih mengenal *Transit Oriented Development* yang ada di DKI Jakarta seperti kejadian Citayem *Fashion Week* beberapa waktu yang lalu yang mengangkat nama Stasiun Dukuh Atas sehingga dikenal oleh khalayak ramai.

Saran untuk penelitian selanjutnya:

Dalam kaitannya enam unsur pemasaran pemerintah dari hasil kajian Gelders dan Van De Walle (2005), yaitu: Tahap 1: Desain Produk, Tahap 2: Kecerdasan Pasar, Tahap 3: Komunikasi, Tahap 4: Kampanye, Tahap 5: Pemilihan, dan Tahap 6: Penyampaian Pesan, maka hasil kajian ini merekomendasikan agar melakukan kajian sejenis dengan pendekatan pemasaran pemerintah, namun dengan

1. Merubah urutan dari pemasaran pemerintah dari hasil kajian Gelders dan Van De Walle (2005), yaitu:
Tahap 1: Kampanye;
Tahap 2: Pemilihan, dan
Tahap 3: Penyampaian Pesan,
Tahap 4: Desain Produk,
Tahap 5: Kecerdasan Pasar,
Tahap 6: Komunikasi;
2. Menggunakan pendekatan dengan teori yang berbeda seperti *collaborative governance*, *good corporate governance*, *public private partnership*, *servant leardership*, dan sebagainya.

Daftar Pustaka

- Agustino, L. (2016). Dasar-Dasar Kebijakan Publik (Edisi Revisi). In *Alfa Beta*.
- American Marketing Association. (n.d.). *Government Market*.
- Angell, R. L., & Kraemer, J. R. (2016). *Preferred customer marketing delivery based on biometric data for a customer*. Google Patents.
- Anies Baswedan. (2016). *antaranews.com*.
<https://www.antaranews.com/berita/597470/anies-prioritaskan-penanganan-kemacetan>
- Anies Baswedan. (2017). *mediaindonesia.com*.
<https://mediaindonesia.com/megapolitan/128255/gubernur-berhasil-bujuk-warga-bebaskan-lahan-mrt>
- Anies Baswedan. (2018a). *antaranews.com*.
<https://www.antaranews.com/berita/753748/pemprov-dki-akan-ubah-nama-ok-otrip>
- Anies Baswedan. (2018b). *Kompas.com*.
<https://megapolitan.kompas.com/read/2018/10/01/18243201/pemprov-dki-ganti-nama-ok-otrip-ini-alasannya>
- Anies Baswedan. (2019a). *Berita Jakarta*.
<https://m.beritajakarta.id/read/75101/integrasi-transportasi-jabodetabek-pemprov-dki-berkolaborasi-dengan-pt-kai>
- Anies Baswedan. (2019b). *jppnn.com*. <https://m.jppnn.com/news/pamer-penghargaan-transportasi-anies-baswedan-jakarta-jadi-rujukan-dunia>
- Anies Baswedan. (2019c). *liputan6.com*.
<https://www.liputan6.com/news/read/4096044/perjalanan-nyaman-dengan-jak-lingko-selamat-tinggal-macet>
- Anies Baswedan. (2019d). *Liputan6.com*.
<https://www.liputan6.com/news/read/3932923/4-hal-tentang-tidak-adanya-tempat-sampah-di-stasiun-mrt?page=2>
- Anies Baswedan. (2019e). *news.detik.com*. <https://news.detik.com/berita/d-4645282/anies-ingin-transportasi-umum-mudah-diakses-dan-saling-terhubung>
- Babbie, E. (2004). *The Practice of Social Research* Thomson. *Wadsworth: California*.
- Baggott, R. (1998). E. Ferlie, A. Pettigrew, L. Ashburner and L. FitzGerald, *The New Public Management In Action. Public Administration*, 76(3), 590–591.

- Best, P. (2008). Branding and Design Innovation Leadership: What's Next? *Design Management Review*, 19(3), 44–50.
- Bloch, P. H. (1995). Seeking the ideal form: Product design and consumer response. *Journal of Marketing*, 59(3), 16–29.
- Borins, S. (1995). The new public management is here to stay. *Canadian Public Administration*, 38(1), 122–132.
- Brunner, R., Emery, S., & Hall, R. (2008). *Do you matter?: how great design will make people love your company*. FT Press.
- Budi Kaliwono. (2017). *gridoto.com*.
<https://www.gridoto.com/read/221007558/ini-penjelasan-dirut-transjakarta-mengenai-perbedaan-kartu-ok-otrip>
- Budi Karya. (n.d.). *tempo.co*.
- Calof, J. L. (2008). Selling competitive intelligence. *Competitive Intelligence Magazine*, 11(1), 39–42.
- Calof, J. L., & Skinner, B. (1998). Competitive intelligence for government officers: a brave new world. *Optimum*, 28(2), 38–42.
- Calthorpe, P. (1993). *The next American metropolis: Ecology, community, and the American dream*. Princeton architectural press.
- Cervero, R., & Dai, D. (2014). BRT TOD: Leveraging transit oriented development with bus rapid transit investments. *Transport Policy*, 36, 127–138.
- Clark, R. M. (2019). *Intelligence analysis: a target-centric approach*. CQ press.
- Commission on the Intelligence Capabilities of the United States Regarding Weapons of The Mass Destruction. (2005). *Unclassified Version of the Report to the President of the United States*.
- Creswell, J. W. (2010). Mapping the developing landscape of mixed methods research. *SAGE Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research*, 2, 45–68.
- Creswell, J. W., & England, M. E. (1994). Improving Informational Resources for Academic Deans and Chairpersons. *New Directions for Institutional Research*, 84, 5–18.
- Detik.com. (2019). *Pemprov DKI Banggakan Tingkat Kemacetan Jakarta Turun 8% di 2018*. Detik.Com.
- Detik.com. (2022). *No Title*. <https://news.detik.com/kolom/d-5904632/menerapkan-transit-oriented-development-di-jakarta>

- Esterberg, K. G. (2002). *Qualitative methods in social research*.
- Fleisher, C. S. (2008). Using open source data in developing competitive and marketing intelligence. *European Journal of Marketing*, 42(7/8), 852–866.
- Gelders, D., & Walle, S. Van De. (2005). Marketing government reforms. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 14(1–2), 151–168.
- Ghamal Peris. (2019). *Kumparan.com*. Kumparan.Com.
- Givechi, R., & Velázquez, V. L. (2004). *Positive space. Design and emotion*. D. McDonagh, P. Hekkert, J. v. Erp and D. Gyi. London, Taylor & Francis.
- Greenpeace Indonesia. (2019). *Jakarta, Raja Polusi Udara Asia Tenggara*. Kompasiana.Com/.
- Grindle, M. S. (1980). *Politics and Policy Implementation in The Third World*. Princeton University Press, New Jersey.
- Gruening, G. (2001). Origin and theoretical basis of New Public Management. *International Public Management Journal*, 4(1), 1–25.
- Himawan AS. (2019). *transaksiproperty.com*. <https://transaksiproperty.com/2019/03/21/tiru-kesuksesan-jepang-proyek-tod-tidak-boleh-ada-monopoli/>
- ITDP. (2014). *TOD Standart 2.0*.
- Jakarta Bisnis. (2019). *Masyarakat Boleh Coba MRT Gratis 12 Maret, Ayo Mendaftar!*
- Jana, R. (2008). Dell bets splashy design will sell its new laptops. *Business Week*.
- Johnson, J. P., & Myatt, D. P. (2006). On the simple economics of advertising, marketing, and product design. *American Economic Review*, 96(3), 756–784.
- Jpi.or.id. (2020). *No Title*. <https://jpi.or.id/blog/parking-in-jakarta-faqs-br-16-june-2020/>
- Kamruzzaman, M., Baker, D., Washington, S., & Turrell, G. (2014). Advance transit oriented development typology: case study in Brisbane, Australia. *Journal of Transport Geography*, 34, 54–70.
- Kompas. (2019a). *Atasi Sampah, PT MRT Jakarta Gandeng Influencer hingga Komunitas* Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Atasi Sampah, PT MRT Jakarta Gandeng Influencer hingga Komunitas", <https://megapolitan.kompas.com/read/2019/04/06/21244161/atasi-sampah-p>.
- Kompas. (2019b). *Tantangan Integrasi Transportasi Publik Ibu Kota (2-habis)*.

[Https://Kompas.Id/](https://Kompas.Id/)

- Kotler, P., & Lee, N. (2008). *Marketing in the public sector: a roadmap for improved performance*. Wharton School.
- Kreuger, L., & Neuman, W. L. (2006). *Social work research methods: qualitative and quantitative approaches: with Research Navigator*. Pearson Allyn and Bacon.
- Kumparan. (2019). *Minato Mirai, Kawasan TOD Jepang yang Bisa Dicontoh MRT Jakarta*.
- Lees-Marshment, J. (2001a). The marriage of politics and marketing. *Political Studies*, 49(4), 692–713.
- Lees-Marshment, J. (2001b). The product, sales and market-oriented party-How Labour learnt to market the product, not just the presentation. *European Journal of Marketing*, 35(9/10), 1074–1084.
- Lincoln, Y. S. (1985). Naturalistic inquiry. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*.
- Lobato-Calleros, O., Rivera, H., Serrato, H., & Gomez, M. E. (2017). Assessment of Satisfaction of Local Government as a Client of the Federal Government: Case Study of the Priority Zone Development Program. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 29(2), 188–210.
- Luchs, M., & Swan, K. S. (2011). Perspective: The emergence of product design as a field of marketing inquiry. *Journal of Product Innovation Management*, 28(3), 327–345.
- Manggalani, R. U. (2019). *Selain Tarif Parkir dan Ganjil Genap, Dishub Jakarta Berlakukan Ini*. Suara.Com.
- Mano, H., & Oliver, R. (1993). Assessing the Dimensionality and Structure of the Consumption Experience: Evaluation, Feeling, and Satisfaction. *Journal of Consumer Research*, 20, 451–466. <https://doi.org/10.1086/209361>
- Mees, P., Moriarty, P., Stone, J., & Buxton, M. (2006). Putting the public interest back into public transport. *A Report to the Victorian Community, Melbourne (VIC)*, April.
- Michalek, J. J., Feinberg, F. M., & Papalambros, P. Y. (2005). Linking marketing and engineering product design decisions via analytical target cascading. *Journal of Product Innovation Management*, 22(1), 42–62.
- Muhammad Effendi. (2019). *Kompas.com*. <https://properti.kompas.com/read/2019/11/18/112201221/jadi-world-class-operator-setara-jepang-ini-strategi-mrt-jakarta?page=all>

- Muhammad Kamaludin. (2019a). *jawapos.com*. <https://www.jawapos.com/berita-sekitar-anda/01219319/penjelasan-pt-mrt-soal-sampah-berserakan-di-stasiun-bundaran-hi>
- Muhammad Kamaludin. (2019b). *Kompas.com*. <https://travel.kompas.com/read/2019/04/04/200600627/sensasi-zero-waste-ala-jepang-dan-singapura-naik-mrt-jakarta>
- Muhammad Kamaludin. (2019c). *Kompas.com*. <https://megapolitan.kompas.com/read/2019/04/06/21244161/atasi-sampah-pt-mrt-jakarta-gandeng-influencer-hingga-komunitas>
- Muhammad Kamaludin. (2019d). *koran-jakarta.com*. <https://koran-jakarta.com/gardu-induk-sudah-rampung-mrt-fase-ii-siap-dikerjakan?page=all>
- Nagamachi, M. (1995). Kansei Engineering: A new ergonomic consumer-oriented technology for product development. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 15, 3–11. [https://doi.org/10.1016/0169-8141\(94\)00052-5](https://doi.org/10.1016/0169-8141(94)00052-5)
- Nagamachi, M. (2002). Kansei engineering as a powerful consumer-oriented technology for product development. *Applied Ergonomics*, 33, 289–294. [https://doi.org/10.1016/S0003-6870\(02\)00019-4](https://doi.org/10.1016/S0003-6870(02)00019-4)
- Nomden, K., & Onnée-Abbruciati, M.-L. (2002). Labour relations in European public services: towards convergence within divergence. *Annual Meeting of the European Group of Public Administration, Potsdam*, 4–5.
- OECD. (2005). *OECD Economic Outlook*.
- Osborne, D., & Gaebler, T. (1997). *Reinventing government: how the entrepreneurial spirit is transforming the public sector*. Addison-Wesley.
- Patton, M. Q. (1980). *Qualitative evaluation methods*.
- Pojani, D., & Stead, D. (2014). Ideas, interests, and institutions: explaining Dutch transit-oriented development challenges. *Environment and Planning A*, 46(10), 2401–2418.
- Prescott, J., & Fleisher, C. (1991). SCIP: Who we are, what we do. *Competitive Intelligence Review*, 2(1), 22–26.
- Punjaisri, K., & Wilson, A. (2017). The role of internal branding in the delivery of employee brand promise. In *Advances in corporate branding* (pp. 91–108). Springer.
- Reibstein, D. J., Day, G., & Wind, J. (2009). Guest editorial: is marketing academia losing its way? *Journal of Marketing*, 73(4), 1–3.
- Reichard, C. (1996). Die „New Public Management“-Debatte im internationalen

- Kontext. *Kommunalverwaltung Im Modernisierungsschub*, 241–274.
- Seva, R. R., Duh, H. B.-L., & Helander, M. G. (2007). The marketing implications of affective product design. *Applied Ergonomics*, 38(6), 723–731.
- Spradley, J. P. (1980). *Participant observations*. Holt, Rinehart and Winston.
- Stainback, S., & Stainback, W. (1988). *Understanding & Conducting Qualitative Research*. ERIC.
- Suri, J. F. (2004). Design expression and human experience: evolving design practice. McDonagh, D., Hekkert, P., Van Erp, J., & Gyi, D. (2004). *Design and Emotion: The Experience of Everyday Things*. Taylor Francis Group, Great Britain.
- Tan, W. G. Z., Janssen-Jansen, L. B., & Bertolini, L. (2014). The role of incentives in implementing successful transit-oriented development strategies. *Urban Policy and Research*, 32(1), 33–51.
- Tempo. (2018). *Anies Baswedan Canangkan Pembangunan Area Transit MRT Dukuh Atas*.
- Tesch, R. (2013). *Qualitative research: Analysis types and software*. Routledge.
- Tuhyat. (2018). *Tempo.co*. <https://metro.tempo.co/read/1074322/anies-baswedan-canangkan-pembangunan-area-transit-mrt-dukuh-atas>
- Tuhyat. (2019a). *antaranews.com*. <https://kaltim.antaranews.com/berita/65620/mrt-kembangkan-lima-kawasan-tod-tematik>
- Tuhyat. (2019b). *liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/news/read/4117612/mengubah-wajah-jakarta-berbasis-tod-seperti-apa-konsepnya>
- Tuhyat. (2019c). *liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4122645/pengusaha-properti-mulai-kembangkan-konsep-hunian-tod-di-depok?page=4>
- William Sabandar. (2019). *jawapos.com*. <https://www.jawapos.com/berita-sekitar-anda/01206779/mau-coba-naik-mrt-catat-caranya>
- Wright, K. B. (2005). Researching Internet-based populations: Advantages and disadvantages of online survey research, online questionnaire authoring software packages, and web survey services. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(3), JCMC1034.