



The Java Institute

Unika
SOEGIJAPRANATA

DAMPAK JALAN TOL TERHADAP PULAU JAWA

Editor: Ekawati Marhaenny Dukat

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Duwur Semarang 50234
Telp. (024) 8441555,8505003 (ext.1461,1462), Fax.(024) 8445265
e-mail: lppm@unika.ac.id, lppm.unikasmg@gmail.com
http://www.unika.ac.id



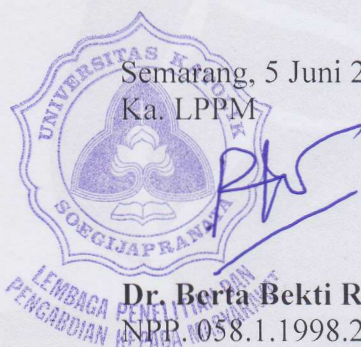
SURAT TUGAS

Nomor : 00652/K.6.4/ST-LPPM/VI/2020

Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dengan ini memberikan tugas kepada :

- Nama : **Terlampir**
Status : Staf Edukatif dan Tenaga Kependidikan
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
Tugas : Panitia Webinar The Java Institute
Waktu : Tmt. 4 – 5 Juni 2020
Tempat : Ruang Sidang PDIL, Thomas Aquinas
Universitas Katolik Soegijapranata
Lain – lain : Harap melaksanakan tugas dengan sebaik – baiknya dan penuh tanggung jawab serta memberikan laporan setelah selesai melaksanakan tugas.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Semarang, 5 Juni 2020

Ka. LPPM

Dr. Berta Bekti Retnawati, MSi.

NPP. 058.1.1998.219

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Duwur Semarang 50234
Telp. (024) 8441555, 8505003 (ext. 1461, 1462), Fax. (024) 8445265
e-mail: lppm@unika.ac.id, lppm.unikasmg@gmail.com
http://www.unika.ac.id

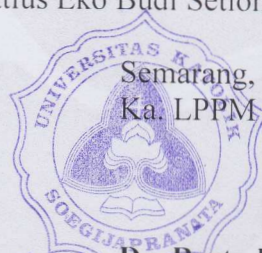


Panitia Webinar The Java Institute

- Ketua : Dr. Dra. Ekawati Marhaenny Dukut, MHum
Sekretaris/ poster desainer : Timothy Androsio Estevanus
Bendahara : Lucia Yeni K.
- Web/ Social media : Rikarda Ratih Saptastuti, SSos, MIKom
Andre Kurniawan, SKom
- Narasumber Utama : Dr. Rr. MI. Retno Susilorini, ST, MT
Ir. Drs. Djoko Setijowarno, MT
- Master of Ceremony : F. Yuwono Agus S, SH
- Moderator Narasumber : Dr. Christin Wibhowo, SPsi. MSi.
- Pembicara pendukung (internal)
: Yosaphat Yogi Tegar Nugroho, SSn, MA
Dr. Laksmi Hartajanie, MP.
Dr. Lindayani, MP.
Dr. Dra. Ekawati Marhaenny Dukut, MHum
Sentot Suciarto A, PhD
- Pemandu pendukung : Dr. Laksmi Hartajanie, MP.
Dr. Widuri Kurniasari, SE, MSi
Dr. Christin Wibhowo, S.Psi. MSi.
- Reviewer makalah : Dr. Lindayani, MP.
Dr. Laksmi Hartajanie, MP.
Dr. Widuri Kurniasari, SE, Msi
Dr. Dra. Ekawati Marhaenny Dukut, MHum
Sentot Suciarto A, PhD
- Editor buku ISBN : Dr. Dra. Ekawati Marhaenny Dukut, MHum
- Penerbitan buku : Ignatius Eko Budi Setiono, SPd, MM

Semarang, 5 Juni 2020

Ka. LPPM



Dr. Berta Bakti Retnawati, MSi.

NPP.058.1.1998.219

Dampak Jalan Tol terhadap Pulau Jawa

Editor : Ekawati Marhaenny Dukut

Penanggungjawab : Ka. LPPM Unika Soegijapranata

Pelindung : Rektor Unika Soegijapranata

Cover designer : Timothy Androsio Estevanus

Penerbitan buku : Ignatius Eko

ISBN : **978-623-7635-24-6**

Edisi : Ke-1, 2020

Penerbit : Universitas Katolik Soegijapranata
Anggota APPTI No. 003.072.1.1.2019
Jl. Pawiyatan Luhur IV/1
Bendan Dhuwur, Semarang, 50234

Telpon : 024-8441555 (1409)

Email : ebook@unika.ac.id

Buku ini menerbitkan makalah-makalah terpilih yang telah dipresentasikan di acara Webinar Nasional TJI (The Java Institute) 2020

Buku ini tidak boleh diedit, ditiru, dan diperbanyak oleh siapapun kecuali oleh ijin tim penulis dan penerbit.

Kata Pengantar

WAKIL WALI KOTA SEMARANG

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Bapak-Ibu yang saya hormati, Kota Semarang memiliki peran penting dalam arus transportasi di Jawa Tengah. Selain notabene sebagai Ibu Kota provinsi, letaknya yang berada di titik tengah menjadikan kota ini strategis sebagai gateway dan konektor hub antar kabupaten di Jateng. Maka tak heran bila sejak dahulu kala, Semarang dikenal sebagai kota transit.

Bapak-Ibu yang saya banggakan, dahulu kala saat jalan tol seksi Batang-Semarang dibangun, ada keraguan sejumlah pihak bahwa Kota Semarang akan semakin sepi. Bahkan ada yang memprediksi bahwa kota ini bukan lagi sebagai kota transit, melainkan kota perlintasan. Artinya, dengan tersambunganya Tol Trans Jawa, pemakai jalan dari Jakarta hanya akan melintasi wilayah Semarang melalui tol ke kota-kota tujuan seperti Solo, Jogja dan Surabaya. Ekonomi Semarang diprediksi akan mengalami penurunan, utamanya sektor pariwisata.

Namun yang terjadi justru sebaliknya, berkat keberadaan Tol Trans Jawa, Kota Semarang justru menegaskan diri sebagai gateway dan city hub yang menghubungkan antar kota di Jateng. Keberadaan tol justru membuat ekonomi lebih menggeliat, rantai distribusi berjalan cepat. Tol Semarang-Bawen-Salatiga merupakan salah satu jalur dalam mempercepat rantai distribusi pangan dari petani Bandungan dan Kopeng ke Kota Semarang. Sebaliknya, keberadaan tol Batang-Semarang mempercepat distribusi consumer goods & sembako di wilayah Kedungsepur.

Statistik mencatat, ada peningkatan grafik ekonomi yang sejalan dengan beroperasinya ruas tol Trans Jawa. Ada lonjakan jumlah kunjungan wisata di Kota Semarang, mencapai angka 7,9 Juta orang pada tahun 2019. Investasi pun mengalami peningkatan, yang pada tahun 2011 hanya sebesar 0,9 Triliun, meningkat tajam menjadi 20,5 Triliun di 2017; 27,5 Triliun di 2018; dan 36,5 Triliun di 2019.

Statistik tersebut turut mendorong pertumbuhan ekonomi Kota Semarang yang pada tahun 2019 mencapai titik tertinggi sepanjang sejarah kota ini, dengan mencatatkan angka sebesar 6,86%. Capaian tersebut tidak serta-merta terjadi begitu saja, melainkan karena ada pembenahan infrastruktur jalan raya yang on the right track, sehingga menjadi stimulan roda ekonomi.

Apa yang dikerjakan pemerintah tak hanya berhenti sampai disini. Sejumlah project telah disiapkan seperti tol Semarang - Demak sepanjang 27 Km yang terintegrasi dengan tanggul laut Kota Semarang yang juga menjadi solusi atas problem banjir rob. Serta tol Semarang Harbour yang menghubungkan pelabuhan dengan sektor industri di Kendal. Dengan beroperasinya ruas tol tersebut, diharapkan sejumlah problem seperti banjir dan kemacetan dapat tertuntaskan.

Memang secara sosio-kultural, pembangunan beberapa ruas jalan tol akan menimbulkan gesekan dengan warga terkait jual beli lahan. Namun bila pemerintah dan warga telah bersepakat melalui skema ganti-untung, tentu akan menjadi keuntungan bersama baik dari sisi pemerintah maupun warga pemilik lahan.

Demikian kiranya yang ingin saya sampaikan. Semoga forum diskusi akademis melalui buku ini menjadi panggung yang menarik untuk bertukar pikiran dan menjadi masukan bagi pemerintah agar dalam pembangunan infrastruktur khususnya jalan tol dapat memberikan kemaslahatan bagi masyarakat.

Matur nuwun, Wassalamu'alaikum Wr.Wb



WAKIL WALI KOTA SEMARANG
Ir. Hj. HEVEARITA G. RAHAYU, M.Sos.

Kata Pengantar

WAKIL REKTOR BIDANG AKADEMIK

Pembangunan jalan tol trans Jawa mempunyai arti yang penting bagi saya secara personal maupun profesional. Sebagai seorang perantau di kota Semarang, jalan raya Malang – Semarang ibaratnya seperti jalan kampung yang sering sekali saya lalui. I know the roads like the back of my hand. Sebelum trans Jawa dibangun, saya menghabiskan waktu kurang lebih 12 jam untuk sampai ke kota kelahiran saya, Malang. Walaupun saya menikmati perjalanan darat, tapi saya tidak menikmati kemacetan jalan. Setelah trans Jawa diselesaikan pada tahun 2019, saya sungguh berbahagia karena saya hanya membutuhkan waktu 5 jam untuk sampai di kota kelahiran saya. Bagi banyak orang, pembangunan jalan tol sangat dinantikan. Penghematan waktu dan kenyamanan berkendara merupakan beberapa alasan bagi banyak orang untuk memilih bepergian lewat jalan tol.

Namun demikian, jalan tol juga membawa dampak bagi petani yang lahannya digunakan untuk jalan tol, pedagang asongan, dan pengusaha kecil yang penghasilannya didapatkan dari pengendara mobil yang lewat. Pembangunan jalan tol trans Jawa tidak hanya mempunyai dampak ekonomi, tapi juga mempengaruhi aspek sosial, budaya, lingkungan, dan politik. Sejauh mana manfaat dan kerugian jalan tol bagi pembangunan di pulau Jawa merupakan topik yang menarik untuk diangkat. Seperti yang kita ketahui, Semarang merupakan hub atau kota penghubung Jawa Barat dan Jawa Timur. Posisi Semarang yang strategis ini sebenarnya merupakan suatu keunggulan. Pemerintah Kota Semarang telah mengembangkan pariwisata di kota Semarang dan sekitarnya seperti kawasan Kota Lama, memperindah pelabuhan dan bandara, sehingga orang yang bepergian dari Jawa Barat ke

Jawa Timur dan sebaliknya tertarik untuk mengunjungi destinasi wisata di Semarang.

Buku yang merupakan luaran webinar DAMPAK JALAN TOL TERHADAP PULAU JAWA .yang diselenggarakan The Java Institute berisi gagasan kritis tentang dampak pembangunan Trans Jawa. Unika Soegijapranata berharap agar gagasan yang ada dalam buku ini dapat bermanfaat bagi pengambil kebijakan di tingkat lokal maupun nasional.



Dra. Cecilia Titiek Murniati, MA, PhD

Kata Pengantar

KEPALA LPPM

(Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat)

Pusat Studi The Java Institute (TJI) adalah bagian dari modal intelektual yang dimiliki oleh Unika Soegijapranata. Perannya sebagai lumbung pengetahuan tentang kajian Pulau Jawa sebagai entitas yang komprehensif menjadi tugas utama di dalam pusat studi ini. Memahami Pulau Jawa dengan segala aspek yang mempengaruhi dan yang dipengaruhi menjadi suatu hal yang penting untuk senantiasa dihidupkan di dalamnya.

Pembangunan infrastruktur yang menghubungkan Pulau Jawa dari ujung ke ujung menjadi suatu sejarah sendiri dan bila itu terwujud di masa sekarang tentunya sudah melewati sejarah panjang berapa lama sebelumnya penghubung ini ingin diwujudkan. Jalan tol trans Jawa ini menjadi momentum yang tepat bagi TJI untuk memaknai sebagai suatu sejarah yang patut dikaji dari berbagai sisi. Tidak melulu dari aspek perekonomian dan infrastruktur yang tentu ada di dalamnya, namun aspek lainnya pun turut menyertai. Ada aspek sosial, perubahan lanscape distribusi, struktur lingkungan, politik, pariwisata, ketahanan pangan dan budaya serta aspek-aspek lainnya. Kajian komprehensif dari berbagai aspek ini memungkinkan betapa kayanya ilmu pengetahuan yang bisa dieksplorasi baik sisi positif maupun sisi negatif.

Tentunya buku hasil seminar tentang Dampak Pembangunan Jalan Tol Trans Jawa ini akan semakin menempatkan TJI sebagai pusat pengetahuan Pulau Jawa dan memberikan pusat rujukan informasi yang menyeluruh tentang pulau yang memang memiliki posisi strategis di Indonesia dan dunia ini.

Semoga seluruh hasil pemikiran, gagasan, usulan pengambilan kebijakan dari kegiatan dan buku ini akan membantu semua pihak tentunya khususnya bagi pengambil kebijakan terkait dengan segala aspek yang berkaitan dengan jalan tol trans Jawa khususnya dan kebijakan umum terkait pembangunan bagi pemerintah daerah Jawa Tengah dan nasional Indonesia. TJI yang berada dalam koordinasi LPPM, menjadi bagian dari Unika Soegijapranata untuk hadir dalam dinamika pembangunan di negeri tercinta ini. Kegiatan yang adaptif dan transformatif menjadi sarana untuk berperan semakin lebih baik selalu di masa sekarang dan nanti.



Dr. Berta Bekti Retnawati, M.Si.

Kata Pengantar

EDITOR

TJI (The Java Institute) adalah sebuah Pusat Studi yang bernaung di bawah LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) di Universitas Katolik Soegijapranata di Semarang yang memiliki perhatian atas studi dan kajian tentang Pulau Jawa. Kegiatan penelitian, pengabdian masyarakat dan publikasi yang diadakan oleh TJI sifatnya multidisiplin karena merangkul para akademisi dari lintas bidang ilmu. Hasil kegiatan TJI diharapkan bermanfaat bagi masyarakat lokal yang tinggal di Pulau Jawa dan masyarakat global yang mempunyai perhatian khusus terhadap fenomena yang berlangsung di Pulau Jawa.

Dalam rangka menambahkan hasil publikasi tentang Pulau Jawa, TJI telah menggelar Webinar Nasional secara online dengan tema: “Dampak Jalan Tol terhadap Pulau Jawa” pada 4-5 Juni 2020. Rasional penyelenggaraan webinar nasional ini didasari oleh pemahaman bahwa pembangunan infrastruktur jalan tol dalam sebuah negara bisa dijadikan sebagai tolok ukur untuk mengetahui kemajuan perekonomian sebuah negara secara makro dan mikro. Jalan Tol Trans-Jawa sepanjang + 1000 km yang menghubungkan kota-kota terbesar pulau Jawa, yaitu Jakarta dan Surabaya melalui jalan tol menjadi fasilitas negara yang patut dikaji dari berbagai disiplin ilmu.

Proyek Tol Trans-Jawa adalah proyek multimanfaat karena biaya transportasi yang semakin efisien dengan waktu tempuh yang lebih cepat akan berdampak pada nilai tambah berbagai komoditas, termasuk komoditas hasil pertanian. Infrastruktur memiliki peran yang sangat penting dalam sistem perekonomian. Semakin baik keadaan infrastruktur, semakin baik pula pengaruhnya terhadap keadaan ekonomi. Dari hasil survei tentang jalan tol yang dilakukan oleh tim TJI, ditemukan adanya dampak dari pembangunan jalan tol, yaitu antara lain semakin mudahnya akses transportasi antar daerah, sehingga aktifitas bisnis berjalan dengan lancar. Dampak keuntungan

ikutannya adalah terbukanya lapangan kerja dan meningkatkan aktivitas ekonomi rakyat.

Di samping sisi positifnya, dampak negatif yang menjadi sumber perdebatan dalam pembangunan jalan tol adalah penggunaan lahan yang sangat luas dan secara langsung akan berdampak pada tata ruang lahan pertanian secara keseluruhan di pulau Jawa. TJI melihat dampak positif dan negatif keberadaan jalan tol Trans-Jawa menarik untuk dikaji, oleh karenanya buku ini hadir untuk menggelar hasil pemikiran dan penelitian para praktisi dan akademisi dari berbagai disiplin ilmu untuk dampak jalan tol terhadap Pulau Jawa. Semoga diskusi-diskusi yang dipaparkan dalam bentuk makalah di buku ini bermanfaat bagi semua pembaca.



The Java Institute

Dr. Dra. Ekawati Marhaenny Dukut, M.Hum.

Daftar Isi

| | |
|--|------|
| Kata Pengantar | ii |
| Wakil Wali Kota Semarang | iii |
| Wakil Rektor Bidang Akademik | vi |
| Kepala LPPM | viii |
| Editor | x |
| Daftar Isi | xii |
| Napak Tilas Jalan Daendels: Konektivitas Tol Trans Jawa | 1 |
| Rr. M. I. Retno Susilorini | |
| Kajian Kritis Ketidaklancaran Jaringan Transportasi Akibat Operasi Jalan Tol | 22 |
| Emil Wahyudianto | |
| Dampak Pembangunan Jalan Tol Trans Jawa terhadap Penyusutan Lahan Pertanian dan Solusinya | 41 |
| Priyono | |
| Dampak Rencana Jalan Tol Juanda-Tanjung Perak pada Pengalihan Lalu-lintas di Kota Surabaya | 57 |
| Aji Suraji dan Muhammad Fatkhurrozi | |

| | |
|--|-----|
| Dampak Jalan Tol Terhadap Eksistensi Kesenian Drumblek Salatiga | 83 |
| Nugrahanstya Cahya Widyanta | |
| Jalan Tol: Dampak dan Fungsi Kesenianya..... | 101 |
| Yosaphat Yogi Tegar Nugroho | |
| Pola Konsumsi di <i>Rest Area</i> Jalan Tol..... | 123 |
| Lindayani dan Laksmi Hartajanie | |
| Jajanan Jalan Tol – Budaya Populer Makanan Cepat Saji | 132 |
| Ekawati Marhaenny Dukut | |
| Pendapat Generasi Milenial Terhadap Jalan Tol: Studi Pendahuluan | 160 |
| Evelyna Nissi Adjikusuma | |
| Tol Akses Tanjung Priok untuk Percepat Distribusi Barang dari dan ke Pelabuhan Laut | 174 |
| Elfrida Ratnawati Gultom | |
| Dampak Sosial dan Ekonomi Pembangunan Jalan Tol di Pulau Jawa (Studi Kasus di Jawa Barat)..... | 190 |
| Sugiyanto dan Musoli | |
| Peran <i>Rest Area</i> Jalan Tol sebagai Upaya Promosi Potensi Daerah..... | 206 |
| Sentot Suciarto Athanasius | |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| Potret Jalan Tol Pulau Jawa | 217 |
| Djoko Setijowarno | |
| Indeks Subyek | 232 |
| Biodata Penulis | 234 |

Jajanan Jalan Tol – Budaya Populer Makanan Cepat Saji

Ekawati Marhaenny Dukut

Jurusan Sastra Inggris, Fakultas Bahasa dan Seni,
Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang
ekawati@unika.ac.id

Abstrak – Makanan yang dijual di jalan tol tidak asal digerai. Makanan yang berupa jajanan atau makanan yang mengenyangkan dikarenakan dilengkapi dengan nasi, lauk pauk dan sayurnya telah sedemikian rupa dipilih agar dapat mendukung para pejalan yang melewati jalan tol seperti di tol Trans Jawa. Setelah memperhatikan beberapa macam makanan di jalan tol, tulisan di makalah ini telah membuktikan bahwa tidak sembarang makanan di jual di jalan tol karena makanan yang dinilai cepat saji itu telah memenuhi kriteria cepat saji dan budaya populer, Yang dimaksud dengan makanan yang cepat saji adalah yang penjualannya memperhatikan (1) *value – price & quantity*, (2) *service*, (3) *cleanliness & conducive atmosphere*, (4) *food quality*, (5) *health*, (6) *variety*, (7) *convenience*, (8) *brand image*. Sedangkan dari sisi karakteristik Budaya Populer makanan di jalan tol terbukti (1) menimbulkan rasa puas, (2) mudah didapat, (3) mempunyai sifat manipulative, (4) berharga murah, (5) menciptakan gaya hidup, (6) mencerminkan kehidupan sehari-hari, (7) merupakan cerminan waktu tertentu, (8) bersifat sementara, (9) bersifat praktis, (10) mempunyai tujuan untuk mendatangkan uang.

Kata kunci – jalan tol, *rest area*, budaya populer, makanan cepat saji

JALAN TOL DAN FASILITAS *REST AREA*NYA

Jalan Tol dalam bahasa Inggris disebut sebagai *freeway*. Kata *free* berarti bebas dan *way* berarti jalan. Dengan demikian sebuah jalan tol memang dimaksudkan sebagai jalan yang bebas dari segala hambatan. Oleh karena itu, sopir kendaraan yang meluncur di jalanan yang bebas hambatan ini mempunyai harapan untuk sampai ke suatu tujuan dengan cepat dibandingkan dengan jika kendaraan itu memilih untuk lewat dalam kota. Inilah sebabnya jalan tol pun mempunyai julukan sebagai sebuah *expressway*.

Agar jalan tol dapat dipastikan mempunyai jalanan yang terawat dengan baik, yaitu dari sisi kualitas jalannya yang seringkali dibuat dari aspal, maka pemerintah membuat program agar ada anggaran untuk menjaga jalan tol. Perawatan dalam hal ini termasuk juga perawatan tanaman yang ada di sepanjang jalan tol dan Gedung yang dipakai untuk menarik pajak atau e-tol yang kadang ada sumber daya manusia, atau hanya sekedar mesin yang di pantau dari kejauhan oleh petugas jalan tol itu. Mungkin ada yang belum menyadari bahwa kata tol sebenarnya adalah sebuah singkatan. Singkatan itu adalah *tax on location*. Itulah sebabnya, sebelum menggunakan jalan tol pengendara harus mengambil secarik kertas berupa karcis masuk ke jalan tol, dan bila telah sampai ke area tujuan, pengendara akan membayar pajak telah menggunakan jalan itu dengan cara menempelkan kartu e-toel pada mesin pajak jalan tol.

Menurut UU 38 tahun 2004, jalan tol adalah prasarana transportasi darat yang meliputi seluruh bagian jalan, termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapannya yang disediakan untuk lalu lintas. Perlengkapan yang dimaksud termasuk yang didirikan pada permukaan tanah, di atas permukaan tanah, di bawah permukaan tanah dan/atau air, dan juga di atas permukaan air. Sebagai jalan umum yang merupakan bagian dari sistem jaringan jalan, maka pengguna yang menggunakan jalan nasional itu diwajibkan untuk membayar tol. Peraturan seperti ini juga

tersebutkan di Peraturan Pemerintah (PP) No. 15 Tahun 2005 yang menyebutkan bahwa jalan tol merupakan jalan umum yang menjadi bagian sistem jaringan jalan dan sebagai jalan nasional yang penggunaannya diharuskan membayar tol (Jelata, 2019). Secara teknis, PP No. 15 Tahun 2005 menyebutkan bahwa jalan tol harus memiliki:

1. rancangan untuk dapat dilewati oleh kendaraan dengan kecepatan minimum 80 km/jam serta untuk wilayah perkotaan dirancang dengan kecepatan rencana minimum 60 km/jam,
2. desain jalan tol yang dibuat agar bisa menahan muatan sumbu terberat paling rendah 8 ton,
3. ruas jalan yang dipagari dan dilengkapi dengan fasilitas penyeberangan dalam bentuk terowongan atau jembatan,
4. bangunan pengaman yang mempunyai kekuatan dan struktur yang mampu menyerap energi benturan kendaraan sehingga dapat memberi keselamatan kepada pengguna jalan tol,
5. rambu-rambu lalu lintas, marka jalan dan atau alat pemberi isyarat lalu lintas, dan
6. tingkat pelayanan keamanan dan kenyamanan yang jauh lebih tinggi dari jalan umum yang ada dan mampu melayani arus lalu-lintas jarak jauh dengan mobilitas yang tinggi (Jelata, 2019).

Sebagai sebuah jalan yang setiap hari dilewati oleh kendaraan dalam kota, antar kota dan dari luar kota, pelayanan yang diberikan oleh jalan tol perlu yang terbaik dengan fasilitas yang terlengkap. Fasilitas paling minimal yang perlu disiapkan oleh setiap *rest area* adalah adanya *toilet* dan pom bensin.

Macam *toilet* dan pom bensin ini beragam karena bergantung pada dana yang disiapkan oleh pemerintah daerah atau dari pemilik *rest area* untuk lokasi tertentu. Apabila jauh dari kota maka *toiltt* yang dimaksud ada kemungkinan hanya dua biji, yaitu

satu untuk kaum pria dan satu untuk kaum wanita. Jika di Amerika Serikat atau di Australia, *toilet* itu bisa jadi berada di dalam sebuah mobil *trailer* yang dapat dipindah kapan saja di mana saja. Di Indonesia, biasanya dibangun rumahan kecil untuk mendirikan *toilet*. Namun, jika tempat peristirahatan atau *rest area* dekat dengan kota maka fasilitas *toilet* bergengsi karena berada di antara fasilitas-fasilitas umum lainnya dan jumlah ruangnya banyak sehingga orang banyak yang lewat area itu tidak perlu antre terlalu lama. Fasilitas *toilet* ini bahkan ada yang dilengkapi dengan bak air untuk mandi. Sebagai contoh *rest area* yang dibangun oleh PT Retno Muda di Tol Trans Jawa KM 228 A ruas Kanci-Pejagan, Cirebon, Jawa Barat telah tercatat oleh MURI dan *Guinness Records* karena memiliki *toilet* terbanyak, yaitu sebanyak 308 buah. Selain jumlah *toilet* yang fantastis ini, *rest area* yang berada di jalur Semarang-Jakarta ini juga mempunyai masjid yang harga pembangunannya mencapai 2.9 milyar dengan didukung oleh sekitar 30 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), serta kapasitas parkir yang dapat menampung 800 kendaraan (2019).

Dalam hal ketersediaan fasilitas pom bensin, jika dekat kota dan pemilik *rest area* kerjasamanya dengan Pertamina baik, maka akan ada pom-pom bensin yang berderet-deret, namun jika lokasi dan dananya minimal untuk suatu *rest area*, maka kemungkinan yang disediakan adalah pom bensin mini. Selain toilet dan pom bensin, seperti yang seringkali terlihat pada rambu-rambu jalan, sebuah *rest area* akan dilengkapi juga oleh taman, tempat yang menyediakan ATM, beberapa minimarket seperti Indomaret atau Alfamart lalu toko yang jualan kerajinan dan seni setempat selain makanan khas atau jajanan khas setempat, beserta warung makan atau pujasera yang ber-*franchise* atau yang bergabung dalam sebuah UMKM.

Jika diperhatikan, di sepanjang jalan tol, di lokasi pada saat harus membayar pajak tol terdapat kantor PT Jasa Marga. Kantor

ini menjadi tempat pemberhentian bagi pengendara penumpangnya yang memerlukan pemeriksaan kesehatan atau kendaraannya mengalami kecelakaan. Tidak banyak orang yang biasanya merasa perlu untuk berhenti di tempat itu. Tapi menarik untuk mengetahui bahwa menurut berita dari SURYA.co.id, Direktur Utama PT Jasa Marga Ngawi-Kertosono Kediri, bapak Iwan Moedyarno mengatakan bahwa pihaknya selalu menyediakan fasilitas perjalanan dengan beberapa armada khusus untuk melengkapi layanan jalan tol yang baik.

Fasilitas itu terdiri antara lain “enam unit patroli jalan tol, enam unit derek, tiga unit ambulans, dua unit *rescue* dan kantib dua unit”. Dalam tol Ngawi-Kertosono sejauh 88 kilometer, PT Jasa Marga mempunyai “65 kamera CCTV”, dan “*Variable Message Sign* di pintu masuk Gerbang Tol Madiun, pintu masuk Tol Caruban dan Gerbang Tol Nganjuk” (2019) untuk memantau lalu lintas. Dengan fasilitas yang demikian hebat maka jika ada kecelakaan lalu lintas pihak Jasa Marga akan dapat cepat memberikan bantuannya.



Gambar 1. Di ruang monitor CCTV
(sumber: dokumentasi pribadi)

Dalam penjelasannya, Area Manajer tol Ngawi-Kertosono, bapak Sabililah (2020) menyatakan bahwa pihaknya sangat senang dapat ikut merawat kendaraan-kendaraan khusus dari Jasa Marga itu. Ia terutama melihat bahwa adanya CCTV dan fasilitas mobil derek sangat bermanfaat untuk cepat mendapati kendaraan yang mengalami kecelakaan sehingga dapat ditarik segera agar jalan tol tidak terkendala oleh kemacetan. melintasi jalan tol itu mempunyai visi, misi dan tata nilai yang perlu dipatuhi.



Gambar 2. Pak Sabililah dan mobil derek serta *rescue* Jalan Tol
(sumber: dokumentasi pribadi)

Menurutnya pelayanan untuk kelancaran jalan tol harus maksimal karena PT Jasamarga sebagai pihak asuransi yang menawarkan keselamatan bagi siapa saja yang Seperti yang terbaca

di standing banner yang terdapat di kantornya pak Sabibillah (lihat Gambar 3) visi PT Jasamarga adalah untuk “menjadi perusahaan jalan tol nasional terbesar, terpercaya dan berkesinambungan”.

Salah satu dari lima misinya adalah merasa perlunya perusahaan untuk “meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pelayanan prima”, sehingga tata nilai yang mengikuti kriteria “*agility, professionalism, integrity*”, dan “*customer focus*” dapat tercapai dengan baik.



Gambar 3: Visi, Misi, Tata nilai PT Jasamarga
(sumber: dokumentasi pribadi)

Kembali ke *rest area*, jika diperhatikan, ada *rest area* yang huruf belakangnya A dan B setelah nomor KM jalannya. Contohnya, di Semarang ada *rest area* KM 429 A dan KM 429 B. Ternyata huruf itu menunjukkan suatu perbedaan, yaitu fasilitas yang dibangun di A jauh lebih lengkap dibandingkan dengan yang di B.



Gambar 4. Rest Area A (kiri) dan B (kanan)
(sumber: dokumentasi pribadi)

Oleh karena itu, pengendara dan penumpangnya perlu mempertimbangkan strategi tertentu agar perjalanan menjadi lebih nyaman jika mengetahui hal ini, terutama bila berurusan dengan ganjalan perut.

BUDAYA POPULER DAN MAKANAN CEPAT SAJI

Walaupun perjalanan ke luar kota dengan kendaraan di jalan tol sudah difasilitasi untuk sedemikian cepat, untuk meluruskan kaki dan melegakan perut masing-masing pengendara dan penumpangnya biasanya memilih untuk mampir di suatu *rest area*. Mampir ini berarti mencari waktu untuk hanya berhenti sejenak. Dengan demikian, ada pengertian bahwa *rest area* tidak hanya menyiapkan tempat untuk istirahat itu, misalnya dengan membuat taman kecil untuk menyegarkan mata dan toilet yang nyaman, jika dimungkinkan juga ada tempat untuk rebahan sebentar atau mendapatkan pelayanan pijat. Fasilitas yang tidak kalah penting adalah mini market yang menjual keperluan teman perjalanan. Hal ini bisa terdiri dari tissue, peralatan mandi, makanan kering, air kemasan botol ataupun jus buah dan air panas yang dapat diambil untuk membuat sevangkir kopi agar sopir kendaraan

tidak ngantik selama melanjutkan perjalanan. Minuman yang cepat saji itu juga dibarengi dengan macam jajanan dan makanan cepat saji. Oleh karena itu, di sekitar *rest area* juga terdapat deretan warung makan. Jika *rest area*-nya besar, warung makan ternama yang ber-*franchise* seperti kedai minum Starbucks dan restoran cepat saji seperti CFC, KFC, dan McDonald's pun dapat ikut meramaikan area.

Adanya restoran cepat saji seperti tersebut di atas menunjukkan bahwa *rest area* mempertimbangkan adanya Budaya Populer. Meminjam definisi Danesi, kata budaya dimengerti sebagai sebuah “*system that include beliefs, rituals, performances, art forms, lifestyle patterns, symbols, language, clothing, music, dance, and any other mode of human expressive, intellectual and communicative behavior that is associated with a community during a particular period of time*” (2008, hal. 2). Sedangkan kata populer adalah sesuatu yang dihasilkan dari masyarakat yang sedang disegani dan *trendy* sehingga diikuti oleh massa pada kurun waktu tertentu. Sebagai hasil dari budaya populer, sesuatu itu perlu memenuhi beberapa karakteristik, yaitu produk itu:

1. menimbulkan rasa puas atau rasa senang bagi pengguna
2. mudah didapat karena diproduksi secara massal sehingga dapat tersedia di mana saja
3. mempunyai sifat manipulatif
4. mempunyai harga yang murah/ terjangkau untuk semua kalangan masyarakat
5. menciptakan gaya hidup global-lokal
6. mencerminkan kehidupan sehari—hari masyarakat
7. merupakan cerminan kurun waktu tertentu
8. mempunyai sifat yang sementara
9. mempunyai sifat yang praktis
10. mempunyai tujuan akhir untuk mendatangkan keuntungan/ uang (Dukut, 2018, pp. 18-21)

Karakteristik ke-1, yaitu menimbulkan rasa puas atau rasa senang bagi pengguna dapat dicapai dengan produsen budaya populer itu mengetahui dengan baik apa saja yang menjadi kegemarannya para konsumen. Untuk hal ini, tak tanggung-tanggung produsen melibatkan ahli pemasaran, ekonomi, sosiolog maupun psikolog melakukan observasi, membuat survey, mengirimkan kuesioner dan mewawancari konsumen agar dapat memproduksi sesuatu yang benar-benar diinginkan oleh masyarakat sehingga dapat puas menggunakan produk itu. Produsen bahkan ingin membuat kondisi dimana konsumen akan ketagihan dan berharap-harap akan tersedianya produk yang lebih baru lagi demi memuaskan kebutuhan-kebutuhan selanjutnya. Berbagai cara untuk membuat konsumen puas, jika itu adalah produk yang berada di restoran siap saji, menurut Anwar, restoran perlu mengemas menu-menu agar dapat dikonsumsi oleh “semua anggota keluarga, mulai dari menu anak-anak, menu sampingan seperti kopi, jahe dan teh” dan jika itu adalah restoran saji yang cukup ternama akan ada “space untuk bermain, merokok, wifi”, dan bahkan menggunakan komputer (2016, hal. 60)

Karakteristik ke-2, yaitu mudah didapatnya sebuah produk budaya populer karena tersedia di mana saja dilakukan oleh pihak produsen agar membantu rasa puas dari konsumen meningkat. Peningkatan rasa puas konsumen ini akan mengakibatkan konsumen membeli produk yang telah di produksi dengan jumlah yang banyak itu. Maka dengan terbelinya produk, pihak produsen puna akan merasa puas karena produknya cepat habis, sehingga boleh membuat yang baru lagi dengan macam fungsi baru lain yang bakal diminati oleh konsumen juga. Dengan demikian, karakteristik ke-3 budaya populer, yaitu adanya sifat yang manipulatif dari para produsen menjadi hal yang dapat di nalar. Hal ini menjadi penyebab dari kerjasama produsen dan para ahli pemasaran, psikolog dan sosiolog tadi tidak akan pernah berakhir. Agar para ahli itu mendapatkan gaji yang memuaskan,

produsen juga tidak akan jemu-jemu memanipulasi konsumen agar mau membeli produknya.

Menjual produk budaya populer harus dengan harga yang murah. Sebagai pemenuhan dari karakteristik yang ke-4 ini, produsen seringkali memproduksi produknya secara masal sehingga dapat mendunia. Untuk dapat mendunia ini, produsen cukup cerdas karena memasukkan beberapa unsur budaya lokal sebagai daya tarik. Oleh karena itu, sebagai contoh di restoran KFC di negara Mexico, ada menu ayam goreng yang dikonsumsi sambal alpukat guacamole karena orang Mexico gemar dengan menu yang serba ada alpukatnya. Contoh lain, adalah adanya menu mie goreng yang disajikan dengan ayam goreng di negara Cina karena masyarakatnya gemar dengan menu serba mie. Di Indonesia, oleh karena masyarakatnya gemar makan nasi, maka salah satu cara agar menu ayam KFC itu laris manis adalah dengan memberi pilihan nasi untuk pengganti kentang goreng. Dengan cara seperti ini menu yang dijual di KFC akan laris manis. Terlokalisirnya menu akan membuat harga produksinya menjadi lebih murah dan oleh karena cita rasanya yang diberikan tidak asing bagi lidah lokal, maka akan lebih banyak konsumen yang tertarik untuk membelinya juga. Terlebih lagi jika daging ayam yang dipakai adalah dari peternakan ayam yang lokasinya di sekitar produsen dan bukan mendatangkan dari Amerika Serikat. Maka harga murah dari produk budaya populer itu akan tercapai.

Menarik bahwa makan ayam goreng dengan nasi di KFC dapat menjadi gaya hidup baru bagi masyarakat Indonesia. Makan ayam goreng ala KFC dengan nasi dan saus tomat telah menjadi *trend* unuk generasi muda masa kini. Konsumen bahkan merasa lebih *bonafide* dan mempunyai suatu simbol status tertentu jika makan nasi ayam di sebuah restoran KFC daripada di warung makan ayam goreng olahan Bu Siti, meskipun sambal tomat terasinya lebih pas di lidah orang Indonesia dari generasi lebih tua, misalnya. Hal ini menunjukkan bahwa, produk budaya populer dapat menghasilkan karakteristik ke-5 yaitu terciptanya gaya hidup

baru bagi konsumen. Gaya hidup menurut Adipraja & Listiani (2015, p. 307), adalah “pola hidup seseorang” yang diekspresikan melalui “aktifitas (kerja, hobi belanja, olahraga, kegiatan sosial), kesenangan (makanan, fashion, keluarga, rekreasi) dan opini (mengenai diri mereka sendiri, perkembangan social, bisnis dan produk)”. Kegiatan makan merupakan macam kesenangan. Maka, dikarenakan budaya makan ayam goreng KFC yang telah mengglobal itu telah menjadi suatu kesenangan dan mempengaruhi budaya lokal, gaya hidup yang tercipta adalah yang global-lokal.

Karakteristik ke-6 dari budaya populer adalah mencerminkan kehidupan sehari–hari masyarakat. Contoh bahwa orang Indonesia sehari-harinya mengkonsumsi nasi telah membuat KFC Indonesia menyediakan menu ayam gorengnya yang dipadukan dengan nasi. Akan tetapi, cerminan kehidupan sehari-hari ini mempunyai sifat yang sementara, yang dipengaruhi oleh keadaan tertentu di kurun waktu tertentu sehingga sesuai dengan karakteristik budaya populer yang ke-7. Yang dimaksud disini adalah adanya kemungkinan bahwa menu makanan atau produk budaya populer lain dapat berubah sesuai perkembangan jaman, seperti yang terjadi dengan fenomena hp *Blackberry* yang sekarang sudah tidak pernah muncul lagi karena telah terkalahkan oleh alat hp *i-phone* yang dipercayai lebih praktis dengan sistem operatornya yang dilengkapi dengan berbagai macam fitur. Itulah sebabnya karakteristik budaya populer yang ke-8 adalah adanya budaya yang bersifat sementara.

Sifat kepraktisan dari segala macam hasil produk budaya populer menjadi karakteristik yang ke-9. Apabila tidak praktis, maka produk itu tidak akan populer. Kata praktis tidak hanya berarti bahwa produk budaya populer itu dilengkapi dengan berbagai *gadget* namun juga berarti cepat dalam memberikan pelayanan dan mudah untuk dibawa kemana-mana. Dengan karakteristik seperti ini, banyak orang akan suka sehingga mau

membeli produk itu. Dengan demikian karakteristik budaya populer ke-10 yang adalah mendatangkan uang atau mendatangkan keberuntungan yang banyak dapat terjadi.

MAKANAN CEPAT SAJI DI *REST AREA* TOL

Tersebutkan bahwa di jalan tol orang tidak mau berlama-lama disitu karena jalan tol adalah tempat untuk melepaskan penat sejenak dan bukan untuk waktu yang lama. Oleh karenanya makanan yang diujakan adalah makanan yang murah, praktis dan cepat untuk disajikan. Istilah makan cepat saji dalam bahasa Inggris adalah *fast food*. Xiao-Wen HUANG (2014, hal. 14-15) menjelaskan bahwa makanan cepat saji harus memenuhi beberapa kriteria berikut ini:

1. *value – price & quantity*:

nilai produk makanannya harus sebanding dengan atau lebih daripada harganya, maka tidak heran jika ada konsumen yang berharap dapat beli sesuatu dengan kuantitas yang banyak namun dengan harga yang murah

2. *service*:

layanan yang diberikan harus cepat dengan kualitas pelayanan yang baik, maka sumber daya tenaga dan ketrampilan yang dimiliki staf harus terjamin

3. *cleanliness & atmosphere*:

kebersihan produk yang dijual harus terjaga dengan baik dengan didukung oleh atmosfer yang bersahabat

4. *food quality*:

cita rasa makanan yang disajikan harus terjamin mutunya dengan cara menjaga kualitas kebersihan makanan itu

5. *health*:
nutrisi yang dikandung dalam tiap produk makanan bergizi dan menyehatkan
6. *variety*:
semakin banyak variasi menu yang ditawarkan akan menarik perhatian lebih banyak konsumen
7. *convenience*:
lokasi yang dipilih dekat dan tepat dengan infrastruktur seperti fasilitas parkirnya mencukupi
8. *brand image*:
konsumen terbiasa mencari produk yang sudah mempunyai *brand image* karena kualitasnya sudah terpercaya

Delapan kriteria makanan cepat saji di atas jika terpenuhi akan membantu ketenaran produk maupun restoran atau warung makan itu sendiri. Beberapa kriteria itu kebetulan sepadan dengan karakteristik budaya populer. Jadi, sama dengan budaya populer, makanan cepat saji harus mempunyai lokasi yang dekat dengan konsumen, produk yang dijual harus murah meriah harganya dan banyak macamnya dalam kuantitas yang banyak, atmosfir dan layanan yang ditawarkan bersahabat.

Kriteria yang ke-8, yaitu perlunya *brand image* untuk produk makanan cepat saji juga sama dengan karakteristik budaya populer mencari cara agar konsumen tergila-gila untuk mencari dan mengkonsumsi produk tertentu itu, sehingga di tiap iklan budaya populer seakan-akan selalu ada suara lembut dari produsen yang mengatakan *we know what you want*. Diciptakannya *brand image* ini sangat relevan dengan keberadaan restoran cepat saji CFC, KFC dan McDonald's yang tersedia di *rest area* jalan tol.

Khususnya untuk restoran cepat saji McDonald's, hasil penelitian Adipradja & Listiani (2015, p. 311) menunjukkan

bahwa konsumen memilih untuk makan di McDonald's karena mereka percaya bahwa kualitas makanan yang disajikan baik, harga produk makanannya terjangkau, dan lokasi restorannya dekat dengan tempat tinggal konsumen. Selain itu, di kesimpulan penelitiannya tercatat bahwa ada dua macam factor yang menarik perhatian konsumen untuk makan di McDonald's. Yang pertama adalah faktor gaya hidup atau life-style factor. Dijelaskan bahwa keinginan untuk hidup yang praktis, dengan hobi memakan makanan yang disajikan dengan pelayanan yang cepat sambil menikmati wi-fi, adalah pola gaya hidup masyarakat sekarang ini. Faktor kedua adalah faktor emosional atau emotional factor, yang mengkonfirmasi bahwa konsumen tidak hanya tertarik karena harga produknya yang reatif terjangkau namun juga karena keluarga konsumen sudah terlanjur mempercayai merek atau brand image bahwa makanan yang disajikan itu berkualitas.

Membuka sejarah Amerika Serikat tentang berdirinya McDonald's ditemukan bahwa pendirinya adalah kakak beardik Richard dan Maurice McDonald yang pada 15 Mei 1940 di San Bernardino, California, dengan menjual daging yang di *barbeque* di luar halaman rumahnya. Setelah perang dunia ke-2, bisnis mereka kembangkan dengan menkhususkan diri pada penjualan *hamburger* dengan tiga macam *soft drink*, susu, kopi, criping ketela dan pai dengan membuka kesempatan pelanggan memesan menu lewat jendelanya. Sejak awal McDonald bersaudara ini sudah tunduk pada konsep penjualannya yang 3S, yaitu *Speedee Service System* sehingga mereka pun sudah menyiapkan barang dagangannya itu walaupun belum ada yang pesan karena mengetahui bahwa pembeli biasanya tidak mau menunggu lama untuk menikmati makanan. Tertarik akan kesuksesan bisnis hamburger itu, pada tahun 1954 seorang pembeli, Kroc, beranikan diri untuk membuat *franchise* yang pertama di daerah Illinois dan pada akhirnya di tahun 1961 ia pun membeli bisnis dari McDonad bersaudara itu dengan harga US \$2.7 milyar.

Walaupun namanya dipertahankan untuk tetap menjadi McDonald's, tampilannya disesuaikan dengan keinginan dari Kroc, yaitu dengan adanya huruf M yang besar di depan restorannya (Klein, 2019) dan dipasarkan untuk disegani oleh keluarga terutama anak-anak dengan karakter badutnya yang bernama Ronald McDonald (Siehoyono & Giang, 2020). Agar restoran McDonald's semakin mengglobal, ia menerapkan strategi *standardization* dan *adaptation* (Racoma, 2019). Yang dimaksud disini ialah bahwa ada suatu standar tertentu yang dijalankan oleh semua restoran McDonald di seluruh dunia, misalnya restorannya harus ada logo huruf M berwarna kuning dan tulisan McDonalds putih ada di latar belakang warna merah, lalu menunya harus selalu ada burger, French fries, McFlurry milkshake, dan lain-lain yang menjadi ciri khas menunya. Selain itu dimanapun restoran McDonald itu berada, ia harus bisa melakukan strategi adaptasi budaya setempat. Ini berarti di Cina misalnya, aka nada menu seperti Chicken McNuggets dengan Chili Garlic Sauce dan Seaweed Soup. Bahkan di Jepang ada burger dengan saus teriyaki dan nasi burger (Koetse, 2012) seperti yang dapat dilihat di gambar berikut:



Gambar 5: Nasi burger Jepang
(sumber: Koetse, 2012)

Agar lebih diterima oleh masyarakat sekitar, di Indonesia, menu yang mengandung daging haram seperti babi, diganti dengan menu yang serba ikan, dan karbo yang ditawarkan selain kentang ada paket nasi yang dipadukan dengan menu yang serba pedas.

Jadi, sejak awal, restoran McDonald ini sudah menjalankan beberapa karakteristik Budaya Populer yang mempermudahnya menjadi global dengan memasukkan beberapa budaya lokal sehingga dapat meng-*glocal*. Dengan demikian mudah baginya untuk mempertahankan diri sebagai restoran cepat saji yang selalu populer. Bagaimana dengan macam makanan cepat saji yang berada di beberapa *rest area* di jalan tol Trans Jawa apakah juga mengikuti kriteria sebuah kedai makan siap saji dan budaya populer? Mengutip informasi yang ditampilkan di Kompas.com tentang Kuliner Sepanjang Tol Trans Jawa, Cita Rasa Mal Angkringan (2019) terdapat restoran dengan merek-merek franchise ternama, yaitu dari burger, ayam goreng dan kopi asal Amerika Serikat yang menawarkan koleksi tumbler-nya terlihat rajin menjajakan minuman panas atau dingin ke konsumen. Selain itu, ada pula jenis makanan rakyat yang sederhana dan mengenyangkan, mulai dari soto, nasi rames, angkringan, sampai bakso. Berikut adalah laporan pandangan mata di dua tempat *rest area* ketika melakukan perjalanan melintasi Tol Trans Jawa yang baru-baru ini dapat ditempuh dalam waktu kurang dari setengah hari, dikarenakan Jakarta hingga Surabaya sekarang sudah tersambungkan dengan jalan tol Trans Jawa. Jarak sepanjang 741 km yang tadinya perlu ditempuh dalam beberapa hari, sekarang sudah dapat ditempuh dengan waktu kurang dari 10 jam.

A. *Rest area* KM 429 A

Rest area KM 429 A adalah *rest area* yang paling dekat dengan kota Semarang. *Rest area* ini dinilai sebagai yang terbesar dan terlengkap di Jawa Tengah. SPBU yang tersedia menawarkan jenis bensin mulai dari Premium, Pertalite, Pertamina dan bahkan Pertamina Turbo. Disini juga tersedia tempat pijat, minimarket dan tempat untuk beli oleh-oleh. Untuk fasilitas makan dan minum ada banyak sekali stan maupun restoran, selain tempat untuk minum kopi selama 24 jam.



Gambar 6: Nasi bungkus angkringan
(sumber: dokumentasi pribadi)

Menarik bahwa di *rest area* ini ada beberapa stan berpayung yang menawarkan jajanan dengan harga yang murah meriah sehingga tidak klah menariknya dengan makanan yang diujakan di pujaseranya. Sambil melepas Lelah dengan berjalan kaki di area parkir yang sangat luas, terlihat stan yang berjualan bungkusan nasi kucing dengan patokan harga sekitar Rp 5.000 sampai Rp 15.000 menjadi alternative bagi pejalan yang ingin menikmati santapan yang tidak mengesyangkan dengan banyak macam pilihan.

Bungkusan nasi kucing seukuran segenggam seperti nasi ati lombok ijo, nasi babat, nasi sambal ati, nasi sambal ayam, nasi rames, nasi sambel tempe dan nasi usus; yang dapat dipadukan dengan tempe mendian goreng atau tahu bacem dengan sate usus dan sate telur puyuh cukup mengundang selera. Menurut penjual nasi kucing yang mulai menjual makanannya sejak jam 8 pagi, dagangannya cukup laris sehingga ia betah jualan di *rest area* ini daripada jualan di kota.

Harga yang murah meriah dan kemasan yang praktis ini sudah memperlihatkan bahwa penjual mengetahui apa yang

dimaksudkan dengan jualan makanan cepat saji yang memperhatikan beberapa karakteristik budaya populer. Contohnya, fasilitas piring dari rotan untuk dipakai pengunjung yang ingin makanan yang sederhana dan ringan karena ukurannya kecil itu adalah strategi penjualan yang baik, karena masih mempertahankan konsep *green environment*. Akan tetapi pilihannya untuk membungkus nasi kucingnya dengan kertas coklat kurang bersahabat dengan lingkungan. Sebaiknya ia menggunakan daun pisang.

Selain penjual nasi bungkus angkringan, ada juga di sebelahnya yang jualan jajanan pasar Jawa. Di stan ini dijual tahu bakso, wingko babat, leper, arem-arem dan jajanan khas Jawa lainnya yang di kemas kecil-kecil tapi mengenyangkan jika dikonsumsi dengan jumlah yang banyak. Kandungan gizi dari jajanan Jawa ini lumayan baik. Misalnya untuk leper, selain ketan, makanan ini diisi dengan cincang atau suwiran daging. Lumpia sangat bergizi karena berisikan udang dan ayam selain rebung bambu dan onclang beserta telur. Tahu bakso pun bergizi karena terbuat dari tahu yang diisi bakso yang merupakan adalah daging giling yang dicampur dengan tepung dan telur sebelum dikukus dan kemudian di goreng.



Gambar 7: Stan penjual lumpia pedas dan tahu bakso
(sumber: dokumentasi pribadi)

Area parkir rest area juga dimanfaatkan oleh penjual-penjual yang menggunakan mobil bak terbukanya bagaikan kedainya. Antara lain adalah yang jualan gethuk bakar. Sekilas sepertinya dagangannya tidak laku karena tidak terlihat gethuknya. Ketika saya lihat, yang ada hanyalah meja kosong dan satu gas hijau kecil. Namun ketika ditanya apakah jual gethuk bakarnya, ternyata penjual laki-laki yang masih muda itu menanggapi pertanyaan dengan memberikan pilihan macam gethuk bakar buatannya.



Gambar 8: Stan gethuk bakar
(sumber: dokumentasi pribadi)

Seperti yang terlihat di menu, ternyata gethuk bakar yang ditawarkan mempunyai variasi macam-macam yang dapat menarik perhatian generasi muda.

Gethuk bakar yang diberi macam-macam topping seperti parutan keju, lalu selai coklat atau strawberry, dan pasta krim gula halus yang berwarna pastel hijau, ungu, biru, pink dan klasik putih sungguh menarik perhatian terutama bagi anak-anak dan remaja yang masih suka makanan yang manis-manis. Dari rasa yang biasanya tawar maupun manis gula pasir pada gethuk yang terbuat dari ketela pohon yang dikukus dan dihaluskan lembut itu, menjadi nikmat dan beda dengan telah dihangatkannya gethuk dengan cara di panggang di penggorengan yang biasanya untuk membuat martabak. Tawaran harganya dari Rp 10.000 sampai Rp 28.000 dengan jumlah gethuk gorengnya yang

bervariasi tidak terlalu berat di ongkos. Tanpa disadari apa yang dilakukan oleh penjual atas instruksi pemimpinnya sudah sesuai dengan karakteristik Budaya Populer.



Gambar 9: Menu sajian gethuk bakar
(sumber: dokumentasi pribadi)

Sebagai sebuah makanan cepat saji juga masuk dalam kriteria karena saya juga tidak perlu menunggu terlalu lama untuk hasil gethuk bakarnya, dikarenakan penjual telah jemput bola dengan sudah ada yang dipanggang setengah matang duluan. Saya tidak heran bahwa tiap hari jualanannya habis. Yang membuat saya tercengang adalah laporannya bahwa dalam sehari ia dapat jual 200 potong gethuk bakar dan menghasilkan bersih sebanyak Rp 1.000.000 tiap hari, setelah 25% penghasilannya di setorkan manajemen rest area. Jumlah penghasilan yang didapatkan ini jauh lebih besar dengan jika ia jualan di pinggir jalan di suatu tempat di kota.

Hal senada diutarakan oleh penjual pisang rebus, dan jagung kukus, yang Namanya pak Ahmad. Ia lebih memilih untuk tiap hari dating dan jualan di rest area ketimbang keliling dengan

mobilnya dan berusaha menjajakannya pada orang-orang di sekitar lingkungannya. Katanya pak Ahmad, ia bisa menjual sekitar 5 sisir pisang rebus, 50 sampai 70 biji jagung rebus utuh, dan yang sedang ngetren adalah cup corn yang dapat diberi macam-macam topping seperti parutan keju, sirup coklat, sirup strawberry atau bahkan diberi ketan hitam atau biji-biji monte. Dalam sehari ia bisa membawa pulang penghasilan bersih sekitar Rp 700.000 setelah sekitar Rp 200.000 ia serahkan ke manajemen rest area.



Gambar 10: Pisang rebus jagung rebus dan jagung *cup corn*
(sumber: dokumentasi pribadi)

Melihat tampilannya cup corn memang menarik bagi generasi muda, dan pisang rebus serta jagung kukusnya itu pasti menarik perhatian dari generasi yang lebih tua.



Gambar 11: Tampilan *cup corn* yang mengundang selera
(sumber: dokumentasi pribadi)

Jualan pak Ahmad juga telah sesuai dengan kriteria sebuah kedai jajanan yang cepat saji karena memperhatikan keperluan dari Budaya Populer. Tampilan sajian memang penting untuk diperhatikan. Walaupun rasa bisa sama, melalui tampilan inilah para penjual dapat mengundang calon konsumen untuk memilih tempatnya dan membeli produknya.

B. Rest area KM 519 A

Rest area KM 519 A yang terletak di jalur Kartasura-Sragen. *Rest area* ini menarik karena mempunyai taman untuk melakukan selfie, suatu budaya yang sedang populer di masyarakat yang dipenuhi oleh Generasi Milenial dan Sentenial yang gemar menggunakan *gadget*-nya. Taman yang terawatt dengan indah memang menyejukkan mata setelah sekian jam lamanya di perjalanan.

Menurut informasi dari reportase Ngopibareng (2018) rest area ini “berdiri di atas lahan 4.5 hektar”. Selain ada masjid yang sektar 50 meter persegi, juga ada “foodcourt, hall, mini market, tempat parkir yang luas dan toilet yang banyak” Menurut Direktur Utama PT JMP Irwan Artigyo, tempat parkirnya “bisa menampung 150 kendaraan besar dan kecil. Jadi sangat luas”.



Gambar12: Tempat selfie rest area 519 A
(sumber: dokumentasi pribadi)

Dimulai dari Semarang sekitar jam 8 pagi di rest area 219 A, kami tiba di rest area 519 A sekitar jam makan siang. Food court area ini menarik karena dikelola oleh UMKM. Banyak tempat jualan souvenir dan fasilitas toilet yang bersih dan rapi, selain kedai makanan yang berderet-deret disini. Di area ini juga memperhatikan orang yang mempunyai disabilitas dan juga tempat untuk sambil makan dan kerja karena pemilik kedai mempunyai kabel rol panjang untuk menancapkan *gadget* yang perlu dialiri listrik Kembali setelah sekian lama dipakai di perjalanan. Tempatnya memang nyaman untuk melakukan istirahat.

Saya dan rekan perjalanan telah menyempatkan diri untuk membuka laptop kami sebelum menyantap pecel pincuk dan teh hangat pesanan kami. Tampilan pecel pincuknya sangat sederhana. Menggunakan piring dari rotan dan alas kertas coklat, pecel yang di pesan cukup komplit dengan sayuran kangkung, taoge, kobis, ayam dan yang spesistik adalah diberinya bunga turi.



Gambar 13: Istirahat, bekerja, dan makan pecel pincuk
(sumber: dokumentasi pribadi)

Semua itu disiram oleh saus sambak kacangnya dan dilengkapi dengan tempe garit goreng dan rempeyek kacang. Makanan pecel

ini tergolong cepat untuk disajikan karena penjual sudah merebus sayuran, dan menggiling sambal kacangnya sebelum jam makan siang tiba. Maka ketika ada yang pesan, si penjual tinggal mengatur sayuran itu di piring dan menyiramnya dengan sambal kacang pecel itu. Selain tempe, ada juga tahu bacem dan telur rebus untuk tambahan lauknya. Cara penyajian yang cepat ini memperlihatkan bahwa penjual menyadari pemesan adalah orang yang lapar maka tidak akan mau menunggu terlalu lama untuk makan. Selain pecel ada juga menu lain yang cepat saji, yaitu gado-gado, lontong opor, empal gentong dan soto.

Memperhatikan menu lain di pujasera UMKM ini terdapat juga menu bakso, empek-empek dan nasi padang. Empek-empek dan nasi padang memang bukan makanan khas Jawa, tapi dari Sumatera. Alasan adanya dua menu itu, adalah bahwa yang lewat jalan tolo juga pendatang dari Sumatera yang tinggal sementara di Jawa.



Gambar 14: Menu makan cepat saji di kedai Pecel pincuk 519 A (sumber: dokumentasi pribadi)

Oleh karenanya diperlukan macam menu makanan dari luar Jawa agar pendatang seperti itu juga merasakan nyamannya

perjalanan karena mengetahui adanya menu makanan yang dapat mereka nikmati. Macam makanan ini setara dengan keberadaan restoran McDonald's atau CFC/ KFC. Makanan dari luar Jawa itu telah memenuhi karakteristik Budaya Populer yang tidak hanya serba ada di berbagai tempat, murah meriah tetapi juga *glocal*, yaitu makanan yang global yang telah di lokalkan dengan makanan lokal daerah lainnya.

KESIMPULAN

Jalan tol sebagai tempat jalan darat yang jauh dari hambatan menjadi jalur yang cepat, Sebagai tempat untuk istirahat sejenak, jalan tol dilengkapi dengan *rest area* yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang menunjang cepatnya suatu kegiatan itu. Fasilitas itu antara lain adalah pelayanan makanan yang cepat saji, baik itu di restoran yang mempunyai brand image atau pujasera yang menghadirkan makanan lokal, atau hanya sekedar kedai-kedai kecil yang menawarkan jajanan rakyat biasa. Memperhatikan kriteria cepat saji dan karakteristik budaya populer dimana suatu produk perlu disiapkan dengan kecepatan yang wajar dengan segala kepraktisannya namun dapat memuaskan si pengguna, maka makalah ini telah memperlihatkan macam jajanan dan makanan perlu memperhatikan penampilan makanan yang ngetren, cita rasa yang *glocal*, harga yang merakyat, dan bila perlu menciptakan suatu simbol status sehingga dikenang dan berkesan di hati pengemudi dan penumpang kendaraan jalan tol.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan pada pihak LPPM Unika Soegijapranata yang telah memperbolehkan kami melakukan perjalanan di tol Trans Jawa sehingga dapat mendokumentasikan

jajanan Jalan Tol dan juga kepada panitia Webinar TJI tahun 2020 sehingga perjalanan kami dapat disosialisasikan secara online pada tanggal 4-5 Juni 2020 dan dipublikasikan di buku ber-ISBN ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adipradja, B. A., & Listiani, A. (2015). Analisa faktor- faktor yang mendorong konsumen dalam memilih restoran McDonald's di Surabaya. *Journal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(2), 305-318.
- Anwar, C. R. (2016). Hidup dan promosi makanan siap saji. *Jurnal Etnosia*, 1(2), 54-65.
- Danesi, M. (2008). *Popular Culture: Introductory Perspectives*. USA: Rowman & Littlefield Publisher, Inc.
- Dukut, E. M. (2018). *The use of digital media in the classroom (Penggunaan media digital di dalam kelas)*. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.
- HUANG, X.-W. (2014). Decision rules applying based on fast-food restaurant. *Interbnational Conference on Socal Science (ICSS 2014)* (hal. 14-19). Birmingham: Atlantis Press.
- Ini fasilitas unuk pemudik yang melintasi ruas tol Ngawi-Kertososno saat mudik lebaran 2019*. (2019, Mei 20). Diambil kembali dari SURYA.co.id: <https://surabaya.tribunnews.com/2019/05/20/ini-fasilitas-untuk-pemudik-yang-melintasi-ruas-tol-ngawi-kertosono-saat-mudik-lebaran-2019>.
- Jelata, R. (2019, April 15). *PENGERTIAN JALAN TOL MENURUT UNDANG-UNDANG DAN PERATURAN PEMERINTAH*. Diambil kembali dari Teknik Area: <https://www.teknikarea.com/pengertian-jalan-tol-menurut-undang-undang/>
- Klein, C. (2019, Agustus 7). *How McDonald's beat its early competition and became an icon of fast food*. Diambil kembali dari

<https://www.history.com/news/how-mcdonalds-became-fast-food-giant>

Koetse, M. (2012, Desember 8). *From Big Mac to Rice Burger - Globalization: McDonald's in Japan*. Diambil kembali dari Manya Kotse: <https://www.manyakoetse.com/from-big-mac-to-rice-burger-globalization-mcdonalds-in-japan/>

Kuliner sepanjang tol Trans Jawa, cita rasa mal angkringan. (2019, Januari 16). Retrieved from Kompas.com: <https://otomotif.kompas.com/read/2019/01/16/152200915/kuliner-sepanjang-tol-trans-jawa-citarasa-mal-sampai-angkringan-?page=all>.

Menikmati rest area km 519- A tol Trans Jawa ini asyiknya. (2018, Juni 18). Diambil kembali dari Ngopi bareng: <https://www.ngopibareng.id/timeline/menikmati-rest-area-km-519-a-tol-trans-jawa-ini-asyiknya-1233430>

Racoma, B. (2019, Januari 4). *How McDonald's adapts around the world*. Diambil kembali dari Global Marketing: <https://www.daytranslations.com/blog/how-mcdonalds-adapts-around-the-world/>

Rest Area di Tegal Ini Memiliki Toilet 308 Buah, Raih Penghargaan dari MURI. (2019, Juli 22). Diambil kembali dari Tribunnews.com: <https://www.tribunnews.com/regional/2019/07/22/rest-area-di-tegal-ini-memilki-toilet-308-buah-raih-penghargaan-dari-muri?page=2>

Sabililah. (2020, Februari 2). Wawancara tentang fasilitas jasa marga. (E. M. Dukut, Pewawancara)

Siehyono, L., & Giang, L. H. (2020). The McDonald's case: strategies for growth. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 74-79. Dipetik Mei 31, 2020, dari https://espace.library.uq.edu.au/view/UQ:6f1ac88/Mcdonald.pdf?dsi_version=b1a7e10940fc77b204776a21ac1e89a5

Indeks Subyek

- budaya, vi, viii, 6, 15, 20, 25,
 55, 86, 93, 95, 107, 109,
 110, 113, 115, 121, 137,
 144, 145, 146, 147, 149,
 151, 153, 158, 162, 219,
 220, 221
Buitenzorg, 9
 city hub, iii
 Daendels, 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8,
 9, 10, 11, 12, 13, 20, 21,
 22
 dampak, vi, vii, x, xi, 19, 26,
 41, 44, 47, 48, 54, 55, 56,
 84, 86, 87, 90, 100, 102,
 105, 114, 123, 192, 198,
 201, 202, 203, 204, 205,
 206, 208, 209, 210, 211,
 215
Drumblek, 95
 Ekonomi Kreatif, 105
 Ekonomi Semarang, iii
 festival *drumblek*, 86
franchise, 150
freeway, 138
 gateway, iii
Groote Postweg, 1
handicraft, 104
heerendiensten, 11
integrated marketing
 communication, 214
investasi, 61, 169, 184, 189,
 219, 226, 233, 237
Jagorawi, 169
Jalan Daendels, xii, 1, 4, 6, 8,
 9, 10, 12
Jalan Pantura, 6
jalan tol, iii, iv, v, vi, ix, x, xi,
 13, 14, 21, 24, 25, 26, 27,
 29, 36, 39, 41, 44, 47, 48,
 56, 60, 61, 62, 63, 64, 65,
 66, 68, 72, 74, 75, 76, 77,
 78, 82, 86, 87, 88, 89, 90,
 95, 96, 100, 102, 104,
 105, 106, 108, 112, 113,
 114, 115, 116, 118, 119,
 120, 121, 122, 123, 124,
 127, 128, 129, 134, 137,
 138, 139, 140, 141, 142,
 143, 148, 149, 151, 161,
 166, 167, 168, 169, 171,
 172, 175, 176, 177, 178,
 179, 181, 182, 183, 184,
 185, 188, 189, 190, 191,
 192, 193, 194, 198, 199,
 200, 201, 202, 203, 204,
 205, 206, 207, 208, 209,
 210, 214, 215, 220, 224,
 226, 227, 228, 229, 230,
 231, 232, 233, 234, 235,
 236, 237, 239, 240
Jasa Marga, 12, 134, 135,
 177
 kebijakan 'Tol Laut', 15

- kesenian, 86, 87, 88, 89, 90,
91, 92, 93, 94, 98, 99,
101, 104, 105, 106, 113,
114, 115, 116, 117, 118,
119, 121, 123, 124
- kesenian daerah, 105, 114,
116, 118, 119, 121, 123
- ketidaklancaran, 24, 25
- konektivitas, 1, 2, 3, 4, 13,
14, 15, 17, 19, 21, 184,
193
- Lintasan Bus, 28
- makanan cepat saji, 10, 131,
137, 144, 148, 149, 151,
153, 156
- Merchandise*, 101
- Naypyidaw Myanmar, 13
- pelabuhan, iv, vi, 9, 17, 19,
181, 182, 186, 187, 188,
189, 190, 191, 192, 193,
194
- pembangunan, iv, v, vi, vii,
ix, x, xi, 3, 6, 9, 10, 11, 13,
14, 15, 18, 19, 24, 25, 26,
39, 44, 46, 47, 48, 49, 55,
56, 60, 61, 105, 115, 123,
166, 167, 168, 169, 182,
184, 198, 199, 201, 202,
203, 204, 205, 206, 209,
211, 227, 228, 229, 237,
245
- Penyusutan Lahan, 46
- Poros Maritim Dunia, 13
- potensi, 51, 56, 66, 83, 86,
92, 93, 98, 165, 190, 210,
214, 215, 216, 219, 220,
221, 222, 223
- Raja Lodewijk Napoleon, 8
- Rest Area, 122, 127, 129,
135, 143, 164, 214, 223,
224
- Romawi, 3, 4, 5
- subsidence*, 25
- SWOT, 105
- Take away*, 132
- Tol Juanda-Tanjungperak, 59
- Tol Trans Jawa, iii, viii, xii,
1, 2, 3, 4, 13, 14, 19, 20,
21, 26, 44, 58, 59, 85,
140, 152, 223, 224, 230
- Trans Jawa, 228
- wayang golek khas Batang,
113
- Webinar Nasional, x

Biodata Penulis



Dr. Rr. M. I. Retno Susilorini, ST, MT saat ini adalah Ketua Program Studi Rekayasa Infrastruktur dan Lingkungan, Universitas Katolik Soegijapranata, juga pernah menjabat sebagai Ketua The Java Institut periode 2011-2013. Mengenyam pendidikan S1-nya di Universitas Atma Jaya Yogyakarta, S2 di Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), dan S3 di Universitas Katolik Parahyangan. Ia melakukan riset dan publikasi di bidang infrastruktur, teknologi beton, struktur tahan gempa, kebencanaan, dan pembangunan berkelanjutan, serta studi gender.



Ir. Drs. Djoko Setijowarno, MT, Pendidikan S-1 di Pendidikan Fisika IKIP Semarang dan Teknik Sipil Universitas Diponegoro, S-2 di Magister Rekayasa Transportasi Institut Teknologi Bandung. Terlibat di beberapa kegiatan penelitian dan pengabdian yang berkaitan dengan transportasi baik di pemerintahan, swasta maupun masyarakat.



Ir. Aji Suraji, M.Sc. pendidikan S1-nya di Universitas Brawijaya dan S2 di Institut Teknologi Bandung. Ia adalah dosen di jurusan Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Widya Gama Malang. Selama ini penelitiannya di bidang transportasi. Ia sedang menempuh studi doktoral di Teknik Sipil Universitas Brawijaya Malang dengan topik disertasi keselamatan jalan.



Dr. Elfrida Ratnawati S.H., M.Hum., M.Kn adalah Dosen Tetap pada Fakultas Hukum Universitas Trisakti Jakarta sejak tahun 1996. Selain itu juga aktif sebagai Advokat dan Konsultan Hukum, Pengurus dan Kurator. Karya tulis dan penelitiannya selama ini berkisar pada bidang Hukum Pengangkutan Darat, Laut dan Udara.



Dr. Dra. Ekawati Marhaenny Dukut, M.Hum. adalah Ketua TJI sejak 2017, Chief Editor *Celt: A Journal of Culture, English Language Teaching & Literature* sejak 2001, dan dosen tetap Program Studi Sastra Inggris, di Fakultas Bahasa dan Seni, Unika Soegijapranata, Semarang sejak tahun 1998. Karya tulis, penelitian dan pengabdianannya selama ini berkisar pada Pendidikan Bahasa & Sastra Inggris, Budaya Populer, Pengkajian Amerika, Studi Gender, Studi Wanita, Media Massa & Teknologi.



Evelyn Nissi Adjikusuma adalah mahasiswa Program Studi Sastra Inggris semester 2, di Fakultas Bahasa dan Seni, Unika Soegijapranata. Ia aktif sebagai pemain dari kelompok drama Camouflage (Centre of Drama Group Faculty of Language & Arts Generation)



Ir. Emil Wahyudianto, ST, M.Eng. menempuh pendidikan S1 di Teknik Sipil Universitas Brawijaya, Malang, dan S2 pada *Master of Engineering in Natural Disaster Management* Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Ia adalah Tenaga Fungsional Teknik Jalan dan Jembatan Ahli Muda pada Dinas PU Bina Marga Provinsi Jawa Timur. Selama ini karya keteknikannya di bidang infrastruktur jalan dan pengurangan risiko bencana di bidang jalan akibat bencana alam.



Dr. Ir. H. Priyono, SE, SH, MM pendidikan S1-nya dari Tanah dan Pemupukan FP UB- Malang, Akutansi FE UNIBA Surakarta, dan Ilmu Hukum FH UNSA Surakarta. Pendidikan S2-nya dari MM STIE Mitra Indonesia Yogyakarta, dan S3-nya dari Ilmu Pertanian Pasca Sarjana UNS Surakarta. Penelitiannya selama ini berhubungan dengan keahliannya di bidang Ilmu Pertanian (Ilmu Tanah, Tanah Longsor dan DAS) dan Ilmu Ekonomi (Akuntansi dan Manajemen).



Dr. Laksmi Hartajanie, MP adalah dosen Program Studi Teknologi Pangan, di Fakultas Teknologi Pertanian, Unika Soegijapranata, Semarang sejak tahun 1997. Karya tulis dan penelitiannya selama ini berkisar pada makanan fermentasi, pengembangan produk pangan, dan bakteri asam laktat.



Dr. Lindayani, MP adalah dosen di Program Studi Teknologi Pangan S1 dan S2, Fakultas Teknologi Pertanian Unika Soegijapranata, Semarang. Penelitian dan publikasi di bidang Mikrobiologi Pengolahan Pangan (khususnya bakteri asam laktat), Bioteknologi Pangan, Fermentasi Pangan. Terlibat juga pada berbagai kegiatan pengabdian dengan memberi pelatihan pengolahan pangan yang sehat kepada masyarakat.



Dr. Sugiyanto. S.Sos. MM adalah Ketua Lembaga konsultasi Kesejahteraan Keluarga "LK3 Pusaka", Ketua Badan Koordinasi Kegiatan Kesejahteraan Sosial DIY, Konsultan Dinas Koperasi UKM Tenagakerja dan Transmigrasi Kota Yogyakarta, dan dosen Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD" Yogyakarta. Sejak tahun 1998 kajian penelitian dan pengabdian masyarakat adalah sekitar masalah sosial. Ekonomi mikro. Pariwisata dan Organisasi non Profit.



Muhammad Fatkhurrozzi, ST, MT berpendidikan S1 dari Teknik Sipil Institut Teknologi Bandung, lulus pada 2013, kemudian melanjutkan ke Teknik Kelautan ITB untuk S2. Semenjak lulus, ia aktif menjalani kegiatan keinsinyuran teknik sipil di bidang keairan, kelautan, dan transportasi.



Musoli, S.E., M.M. adalah dosen tetap Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Ilmu Sosial & Humaniora, Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta, sejak tahun 2019. Dosen LB Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta, Managing Editor Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Karya tulis dan penelitian selama ini berkisar pada bidang ilmu Ekonomi, Ilmu Manajemen khususnya Manajemen sumberdaya Manusia.



Nugrahanstya Cahya Widyanta, S.Sn., M.A. pendidikan S1-nya di Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan S2 di Universitas Gadjah Mada. Karya tulis dan penelitiannya selama ini berkisar pada Pendidikan Seni, Etnomusikologi, Sosiologi Seni, Teknologi Seni, Seni Tradisional, Penciptaan Seni. Ia saat ini mengajar sebagai dosen tidak tetap pada prodi PGSD Universitas Sanata Dharma dan prodi seni musik UKSW.



Sentot Suciarto Ph. D. adalah Ketua P3M (Pusat Pengkajian dan Pengembangan Manajemen) sejak tahun 2018 dan menjadi dosen tetap Program Studi Manajemen, di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unika Soegijapranata, Semarang sejak tahun 1988, mengajar seminar manajemen pemasaran dan metodologi penelitian. Karya tulis dan penelitiannya selama ini berhubungan dengan perilaku konsumen, Brand equity, kewirausahaan dan UMKM.



Yosaphat Yogi Tegar Nugroho., S.Sn., M.A. pendidikan S1-nya dari Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan S2 di Universitas Gadjah Mada. Ia adalah dosen di program Digital Performing Arts, Fakultas Bahasa dan Seni, Unika Soegijapranata Semarang. Selama ini fokus penelitiannya di bidang manajemen seni. Ia juga menjadi pengajar gamelan Soepra SMA Loyola Semarang.

Buku **Dampak Jalan Tol terhadap Pulau Jawa** adalah buku ke-3 yang dikelola oleh TJI (The Java Institute). TJI adalah sebuah Pusat Studi yang bernaung di bawah LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) di Universitas Katolik Soegijapranata di Semarang yang memiliki perhatian khusus atas kajian-kajian yang berhubungan dengan Pulau Jawa. Memahami bahwa pembangunan infrastruktur jalan tol dalam sebuah negara bisa dijadikan sebagai tolok ukur untuk mengetahui kemajuan perekonomian sebuah negara secara makro dan mikro, meskipun pada saat yang sama jalan tol dapat memberikan dampak yang negatif pada kegiatan dan lahan pertanian masyarakat sekitar, maka buku ini menjadi penting untuk dibaca. Hal ini dikarenakan tulisan para praktisi dan akademisi dari berbagai disiplin ilmu dalam mendiskusikan Dampak Jalan Tol terhadap Pulau Jawa ini bisa menjadi solusi dari persoalan-persoalan yang timbul akibat telah dibangunnya jalan tol Trans-Jawa. Semoga paparan makalah yang telah di Webinar nasionalkan di bulan Juni 2020 ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Ekawati Marhaenny Dukut (Editor)

