

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Perjalanan Laksana sebagai Karoseri di mulai pada tahun 1967 di Semarang dengan pemilik bapak Iwan Arman. Laksana memulai perjalanan pertama sebagai toko mesin di Semarang, toko tersebut awalnya difokuskan pada mesin otomotif dengan karyawan berjumlah 25 orang. Dengan pertumbuhan yang luar biasa pada tiga tahun pertama, sampai tahun 1970 toko mesin otomotif ini berpindah ke lokasi baru di Ungaran tepatnya Jl. Raya Ungaran Km 24,9, lokasi tersebut lebih luas di banding lokasi sebelumnya. Setelah berpindah tempat dan mempunyai karyawan yang cukup banyak, pada tahun 1977 bapak Iwan Arman membuat *Commanditaire Vennootschap* atau disingkat CV dibidang Karoseri, dengan nama Laksana dan mulai memproduksi minibus Mitsubishi T-120. Saat ini pabrik produksi di Ungaran telah berkembang hingga seluas 100.000 m². Ekspansi berkelanjutan ini memungkinkan Laksana mengembangkan divisi-divisi lainnya untuk mendukung produksi karoseri. Dengan kapasitas produksi yang mencapai 1500 bus setiap tahun, Laksana telah menjadi karoseri terbesar di Indonesia saat ini. Pertumbuhan ini tentu saja didukung oleh loyalitas dan kepercayaan pelanggan akan kualitas produk Laksana. Nama Laksana adalah aset utama. Hari demi hari Laksana berusaha tanpa henti membangun citra Perusahaan, untuk menjadi pilihan utama sebagai karoseri terbaik di Indonesia yang menawarkan produk dan pelayanan terbaik. Laksana berkomitmen dalam pembuatan bus, bermacam-macam jenis produknya yang mencakup bus wisata, antar kota, dan bus untuk keperluan khusus. Selain itu Laksana juga menekankan pentingnya penyediaan produk-produk berkualitas tinggi kepada pelanggan, mulai dari operator bus wisata, instansi pemerintahan, hingga perusahaan asing. Di tahun 2009 Laksana mulai mengekspor

produk ke Kepulauan Fiji dengan volume yang bertambah setiap tahunnya. Laksana juga menerima beberapa sertifikat, diantaranya: ISO9001-2008 untuk Sistem Manajemen Mutu, ISO 14001-2014 untuk Sistem Manajemen Lingkungan, OHSAS18001 untuk Kesehatan dan Manajemen Sistem Keamanan-Persyaratan dan juga sertifikasi Mercedes Benz untuk pembuatan bus dengan Chasis OH 1518 EIII (2009) dan OH 1526 EIII (2010). Sampai sekarang di tahun 2017 CV. Laksana mempunyai 1131 karyawan dengan bapak Iwan Arman sebagai Direktur Utama dan kedua anak beliau bapak Stefan Arman sebagai Direktur Teknik dan Alvin Arman sebagai Direktur Finance & Accounting.

2.2 Visi dan Misi

A. Visi CV Laksana

Untuk menjadi partner terbaik bagi operator bus di Asia melalui pengembangan berkesinambungan yang didorong oleh integritas, kerjasama, dan inovasi. Laksana berkomitmen untuk menjadi perusahaan yang paling maju dalam teknologi, serta produsen kelas dunia dalam industri kendaraan komersial (khususnya di industri bus).

B. Misi CV Laksana

Untuk selalu memberikan rasa aman, desain produk yang inovatif, dan bus berkualitas dunia yang sesuai dengan berbagai kebutuhan pelanggan. Perusahaan kami mengutamakan pentingnya bekerja dekat dengan pelanggan, mengadopsi proses kerja yang terbaik di kelasnya dan menekankan fungsi komunikasi, partisipasi, manajemen mandiri, dan kerja sama tim untuk menghasilkan produk terbaik.

2.3 Makna Lambang CV. Laksana

Gambar 2.1

Lambang CV LAKSANA KAROSERI



(Sumber: CV. Laksana Karoseri Ungaran, 2017)

2.3.1 Pengertian

Lambang CV. Laksana adalah lambang perusahaan berupa lingkaran yang di dalamnya ada huruf L yang meruncing dan keluar dari lingkaran.

2.3.2 Arti dan Makna Lambang

Laksana baru saja mengganti logonya. Biasanya jika kita lihat pada produk sebelumnya terlihat logo bergambar bus tingkat. Kini logo itu berganti menjadi gambar lingkaran dan ada huruf L yang meruncing di dalam lingkaranya. Menurut GM Teknik Karoseri Laksana, Stevan Arman, pihaknya ingin mengedepankan unsur bus dengan logo baru. Dijelaskan lagi logo baru ini tetap mempertahankan cirri khas karoseri Laksana. Huruf L yang meruncing dan keluar dari lingkaran itu menandakan kreativitas ide yang tanpa batas. Sebelumnya selama 4 tahun terakhir karoseri Laksana boleh di bilang berhasil meramaikan pasar otobus di Indonesia. Mulai tahun 2008 karoseri Laksana mencuri pasar dengan mengeluarkan produk yang tidak pasaran. Produknya juga variatif. Mulai dari Medium Bus seperti Proteus dan Nucleus yang

juga dikembangkan untuk Big Bus, Big Bus seperti Legacy series yang 3 kali mengalami metamorfosis seperti pendahulunya, yaitu Panorama series, Hingga yang berbasis HD dan LD seperti Legacy Sky dan City Liner. Terakhir mereka memperkenalkan Tourista untuk medium bus.

2.4 Budaya 5S & 5R dan Sat Dharma di CV Laksana

CV Laksana sebagai salah satu perusahaan karoseri terbesar di Indonesia tentunya memiliki program 5S yang akan terlihat bersih dan teratur. berpikir keadaan yang berantakan akan menyembunyikan masalah. Program 5S dipandang sebagai usaha untuk memunculkan masalah yang selama ini tersembunyi dari para pemecah masalah (problem solver). Saat ini, program 5S telah banyak diadopsi oleh berbagai industri di berbagai negara. Popularitas 5S ini tak lepas dari kesuksesan industri Jepang yang selama ini memusatkan perhatiannya terhadap pengurangan segala pemborosan (waste). 5S adalah landasan untuk membentuk perilaku manusia agar memiliki kebiasaan (habit) mengurangi pemborosan di tempat kerjanya. Program 5S pertama kali diperkenalkan di Jepang sebagai suatu gerakan kebulatan tekad untuk mengadakan pemilahan (seiri), penataan (seiton), pembersihan (seiso), penjagaan kondisi yang mantap (seiketsu), dan kesadaran diri akan kebiasaan yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan dengan baik (shitsuke). Masing-masing S dalam 5S beserta penjelasannya dijelaskan di bawah ini:

- a. Seiri (Ringkas) Seiri merupakan langkah awal implementasi 5S, yaitu: pemilahan barang yang berguna dan tidak berguna.
 - Barang berguna => Disimpan
 - Barang tidak berguna => Dibuang

Dalam langkah awal ini dikenal istilah Red Tag Strategy, yaitu menandai barang-barang yang sudah tidak berguna dengan label merah (red tag) agar mudah dibedakan dengan barang-barang yang masih berguna. Barang-barang dengan label merah kemudian

disingkirkan dari tempat kerja. Semakin ramping (lean) tempat kerja dari barang-barang yang tidak dibutuhkan, maka akan semakin efisien tempat kerja tersebut.

- b. Seiton (Rapi) Seiton adalah langkah kedua setelah pemilahan, yaitu: penataan barang yang berguna agar mudah dicari, dan aman, serta diberi indikasi. Dalam langkah kedua ini dikenal istilah Signboard Strategy, yaitu menempatkan barang-barang berguna secara rapih dan teratur kemudian diberikan indikasi atau penjelasan tentang tempat, nama barang, dan berapa banyak barang tersebut agar pada saat akan digunakan barang tersebut mudah dan cepat diakses. Signboard strategy mengurangi pemborosan dalam bentuk gerakan mondar-mandir mencari barang.
- c. Seiso (Resik) Seiso adalah langkah ketiga setelah penataan, yaitu: pembersihan barang yang telah ditata dengan rapih agar tidak kotor, termasuk tempat kerja dan lingkungan serta mesin, baik mesin yang breakdown maupun dalam rangka program preventive maintenance (PM). Sebisa mungkin tempat kerja dibuat bersih dan bersinar seperti ruang pameran agar lingkungan kerja sehat dan nyaman sehingga mencegah motivasi kerja yang turun akibat tempat kerja yang kotor dan berantakan.
- d. Seiketsu (Rawat) Seiketsu adalah langkah selanjutnya setelah seiri, seiton, dan seiso, yaitu: penjagaan lingkungan kerja yang sudah rapi dan bersih menjadi suatu standar kerja. Keadaan yang telah dicapai dalam proses seiri, seiton, dan seiso harus distandarisasi. Standar-standar ini harus mudah dipahami, diimplementasikan ke seluruh anggota organisasi, dan diperiksa secara teratur dan berkala.
- e. Shitsuke (Rajin) adalah langkah terakhir, yaitu penyadaran diri akan etika kerja.
 - Disiplin terhadap standar
 - Saling menghormati

- Malu melakukan pelanggaran
- Senang melakukan perbaikan

Gambar 2.2
Budaya 5S & 5R



(Sumber: CV. Laksana Karoseri Ungaran, 2017)

Di dalam CV Laksana ada beberapa Sat Dharma Laksana yaitu:

- Laksana menjunjung tinggi disiplin kerja dan kejujuran
- Laksana adalah satu, satu tim
- Laksana mengutamakan kompetensi & Profesionalisme bekerja
- Laksana berorientasi pada mutu
- Laksana terbuka terhadap tantangan & perubahan jaman
- Laksana ada karena pelanggan.

Gambar 2.3
Sat Dharma Laksana



(Sumber: CV. Laksana Karoseri Ungaran, 2017)

2.5 Struktur Organisasi

2.5.1 Kajian Teori

Setiap perusahaan pada umumnya mempunyai struktur organisasi. Penyusunan struktur organisasi merupakan langkah awal dalam memulai pelaksanaan kegiatan perusahaan. Pengertian yang jelas tentang struktur organisasi dikemukakan oleh beberapa ahli sebagai berikut:

Struktur organisasi didefinisikan sebagai mekanisme-mekanisme formal dengan mana organisasi dikelola (Handoko, 2003:169).

Struktur organisasi yaitu menggambarkan tipe organisasi, pendepartemenan organisasi, kedudukan dan jenis wewenang pejabat,

bidang dan hubungan, garis perintah dan tanggungjawab, rentang kendali dan sistem pimpinan organisasi (Hasibuan, 2004:128).

Struktur organisasi dapat diartikan sebagai kerangka kerja formal organisasi yang dengan kerangka kerja itu tugas-tugas pekerjaan dibagi-bagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan (Robbins dan Coulter, 2007:284).

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa struktur organisasi menggambarkan kerangka dan susunan hubungan diantara fungsi, bagian atau posisi, juga menunjukkan hierarki organisasi dan struktur sebagai wadah untuk menjalankan wewenang, tanggung jawab dan sistem pelaporan terhadap atasan dan pada akhirnya memberikan stabilitas dan kontinuitas yang memungkinkan organisasi tetap hidup walaupun orang datang dan pergi serta pengkoordinasian hubungan dengan lingkungan. Struktur organisasi dapat menghindari atau mengurangi kesimpangsiuran dalam pelaksanaan tugas

Menuru Robbins dan Coulter (2007:286) ada 3 desain Struktur Organisasi yang umum di gunakan, yaitu:

a. Struktur Sederhana

Struktur sederhana adalah sebuah struktur yang dicirikan dengan kadar departementalisasi yang rendah, rentang kendali yang luas, wewenang yang terpusat pada seseorang saja, dan sedikit formalisasi.

b. Struktur Birokrasi

Struktur birokrasi adalah sebuah struktur dengan tugas-tugas birokrasi yang sangat rutin yang dicapai melalui spesialisasi, aturan dan ketentuan yang sangat formal, tugas-tugas yang dikelompokkan ke dalam berbagai departemen fungsional, wewenang terpusat, rentang kendali sempit, dan pengambilan keputusan mengikuti rantai komando.

c. Struktur Matrik

Struktur matrik adalah sebuah struktur yang menciptakan garis wewenang ganda dan menggabungkan departementalisasi fungsional dan produk. Struktur ini dapat ditemukan pada agen-agen periklanan, perusahaan pesawat terbang, laboratorium penelitian, rumah sakit, lembaga-lembaga pemerintah, dll.

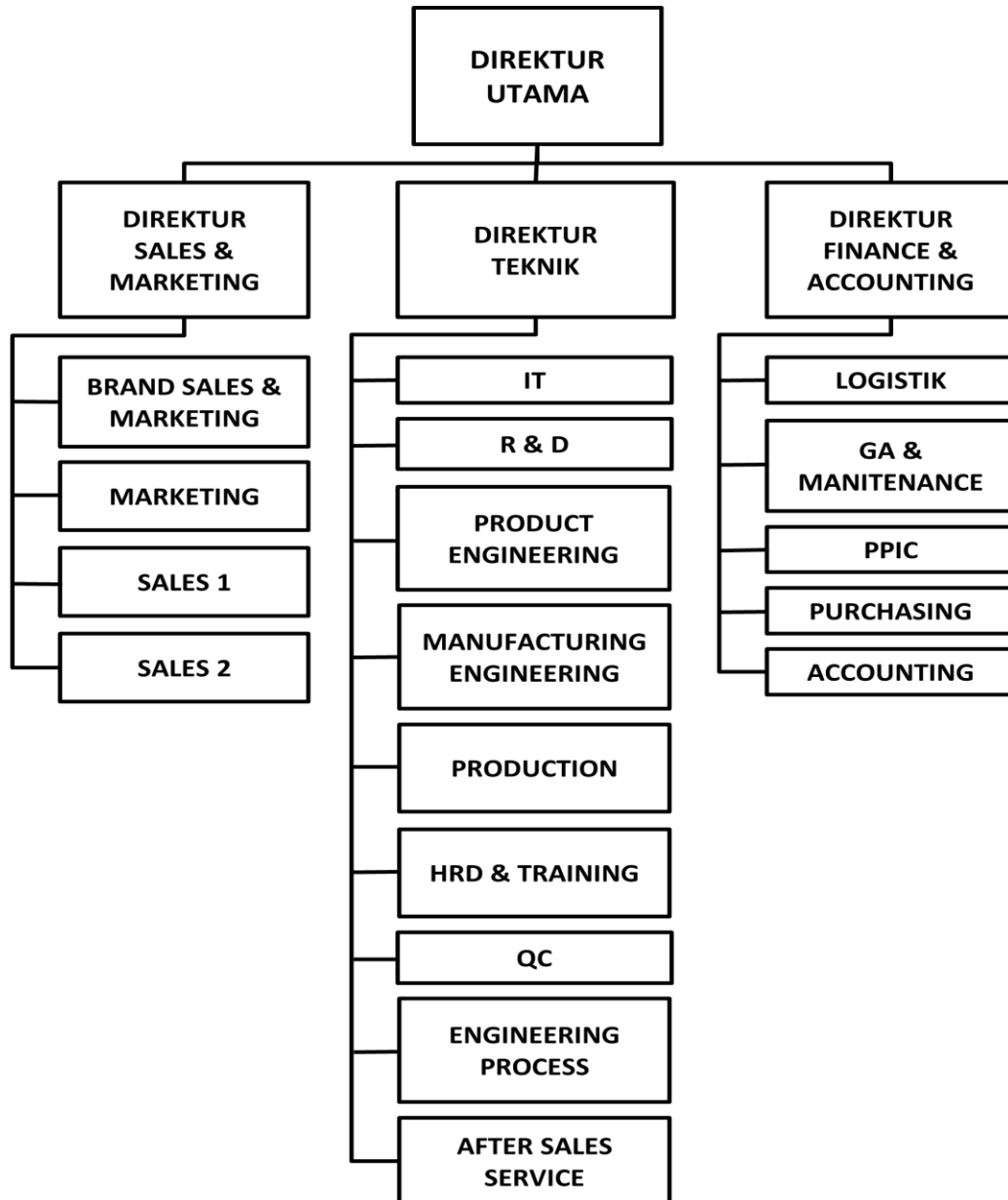
2.5.2 Kajian Praktek

Perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya melakukan kerjasama yang baik antar orang yang ada di dalam perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu. Semakin banyak yang dilakukan dalam suatu organisasi, makin kompleks pula hubungan-hubungan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Untuk menggambarkan hubungan kerjasama antara masing-masing kegiatan atau fungsi, maka dibuat struktur organisasi sehingga jelas batas-batas wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian sesuai dengan posisinya.

CV. Laksana Karoseri Ungaran menggunakan desain struktur sederhana, karena pengambilan keputusan tergantung pimpinan perusahaan. sehingga jelas batas-batas wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian sesuai dengan posisinya

Secara garis besar struktur organisasi CV. Laksana Karoseri Ungaran terdapat pada gambar:

Gambar 2.4
Struktur Organisasi CV. LAKSANA KAROSERI



(Sumber: CV. Laksana Karoseri Ungaran, 2017)

Pada bagian ini akan diuraikan tugas dan tanggung jawab sumber daya manusia yang berada di perusahaan pada CV Laksana Karoseri Ungaran. Tugas dan Wewenang Sumber Daya Manusia Jabatan Struktural adalah sebagai berikut:

1. Manager Sales Area

- a. Menjaga dan mengamankan dokumen kerja bagian Departemen Sales & Marketing dari penyalahgunaan dan penyimpangan yang dilakukan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen Departemen Sales & Marketing ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama team yang solid antar departemen terkait dengan urusan Departemen Sales & Marketing.

2. Manager Marketing

- a. Menjaga dan mengamankan dokumen kerja bagian Marketing dari penyalahgunaan dan penyimpangan yang dilakukan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen Marketing ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Memastikan bahwa seluruh karyawan dibawahnya melakukan pekerjaan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

- e. Bertanggungjawab membina kerjasama team yang solid antar departemen terkait dengan urusan Marketing.

3. Manager Brand & Marketing Communication

- a. Meneruskan hubungan dengan *key accounts* dengan membuat kunjungan periodik, menyelidiki kebutuhan spesifik, mengantisipasi kesempatan baru.
- b. Membantu sales manager untuk membentuk tim *sales* yang tepat dan berkualitas melalui (*training, hire dan firing*).
- c. Bertemu dengan bagian pemasaran dan penjualan dengan meramalkan keperluan/syarat, menyiapkan anggaran tahunan, menjadwalkan belanja, menganalisis perbedaan, memulai tindakan yang perlu dikoreksi.
- d. Memperkirakan laba kotor tahunan dengan peralihan dan pengembangan kuota penjualan tahunan tiap wilayah; membangun strategi harga; merekomendasi harga penjualan; memonitoring biaya, kompetisi, pengadaan, dan permintaan.
- e. Meningkatkan daya jual produk dan meningkatkan kemasan produk.

4. Manager IT (Information Technology)

- a. Mengatur terlaksananya program kerja *Departemen Information Technology* sesuai program kerja dan jadwal atas persetujuan Direktur Teknik.
- b. Mengontrol bawahan dalam melakukan program kerja *Departemen Information Technology*.
- c. Wajib Mematuhi & Bertanggung jawab atas disiplin kerja sesuai Peraturan Perusahaan (PP).
- d. Memastikan proses pengembangan bidang *Information Technology* sesuai kebutuhan perusahaan.

5. **Manager Product Engineering**

- a. Bersama dengan Direktur Teknik menentukan design produk baru atau revisi *design* secara keseluruhan.
- b. Membantu supervisor *engineering* dalam melakukan evaluasi SDM (terutama *Drafter*) dari masing-masing tim *engineering* sesuai dengan beban pekerjaan di suatu periode.
- c. Menentukan *strategy* pengembangan produk jangka menengah (*Class A, B dan C*).
- d. Bersama dengan supervisor *Product Engineering* melakukan penentuan target kerja tiap tim *Product Engineering*.

6. **Manager R & D (Research & Development)**

- a. Bersama dengan Direktur Teknik menentukan design produk baru atau revisi design secara keseluruhan.
- b. Membantu Supervisor dalam melakukan evaluasi SDM dari masing-masing tim Research & Development (R&D) sesuai dengan beban pekerjaan di suatu periode.
- c. Menentukan *strategy* pengembangan produk.
- d. Bersama dengan Supervisor melakukan penentuan target kerja tiap tim Research & Development (R&D).

7. **Manager Production**

- a. Menjaga dan mengamankan dokumen kerja bagian Departemen Produksi dari penyalahgunaan dan penyimpangan yang dilakukan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen Departemen Produksi ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Memeriksa kualitas hasil kerja bawahan.

8. Manager HRD & Training

- a. Atas sepengetahuan Direktur Teknik membuat dan menyusun program kerja HRD & Training yang berkaitan dengan program visi & misi perusahaan.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen *Departemen HRD & Training* ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama tim yang solid antar Departemen terkait.

9. Manager Quality & Testing

- a. Atas sepengetahuan Direktur Teknik membuat dan menyusun program kerja *Quality Control* seluruh bagian-bagian produksi yang berkaitan dengan program kerja Departemen *Quality Control*.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen *Departemen Quality Control* ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama tim yang solid antar departemen terkait urusan Departemen Produksi.

10. Manager Engineering Proses

- a. Atas sepengetahuan Direktur Teknik membuat dan menyusun program kerja Proses Engineering yang berkaitan dengan program kerja.

- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen Departemen *Proses Engineering* ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama tim yang solid antar departemen terkait urusan Departemen Produksi.

11. Manager After Sales Service

- a. Atas sepengetahuan direktur *finance & accounting* membuat dan menyusun program kerja departemen sales.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen departemen sales ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama team yang solid antar departemen terkait dengan urusan departemen sales.

12. Manager Logistic

- a. Atas sepengetahuan Direktur *Finance & Accounting* membuat dan menyusun program kerja Departemen Logistik.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen Departemen Logistik ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama tim yang solid antar Departemen terkait urusan Departemen Logistik.

13. Manager General Affair & Maintenance

- a. Atas sepengetahuan Direktur *Finance & Accounting* membuat dan menyusun program kerja *Departemen General Affair & Maintenance*.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen *Departemen General Affair & Maintenance* ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama tim yang solid antar departemen terkait urusan *Departemen General Affair & Maintenance*.

14. Manager PPIC

- a. Atas sepengetahuan Direktur *Finance & Accounting* membuat dan menyusun program kerja Departemen Logistik.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen Departemen PPIC ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama tim yang solid antar Departemen terkait urusan Departemen PPIC.

15. Manager Purchasing

- a. Atas sepengetahuan Direktur *Finance & Accounting* membuat dan menyusun program kerja *Departemen Purchasing*.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen *Departemen Purchasing* ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.

- d. Bertanggungjawab membina kerjasama tim yang solid antar departemen terkait urusan *Departemen Purchasing*.

16. Manager Finance & Accounting.

- a. Atas sepengetahuan Direktur *Finance & Accounting* membuat dan menyusun program kerja *Departemen Finance & Accounting*.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen *Departemen Finance & Accounting* ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama tim yang solid antar departemen terkait urusan *Departemen Finance & Accounting*.

2.6 Produk Bus Laksana

Sebagai sebuah karoseri besar, CV. Karoseri Laksana mengeluarkan produk produk bus unggulan mereka. Produk-produk bus ini disesuaikan dengan kebutuhan yang ada di pasaran. Bus ini lalu akan dipergunakan sebagai angkutan antarkota, bus pariwisata, bus kota, dan bus untuk kebutuhan khusus lainnya.

A. Produk Bus Besar

CV. Karoseri Laksana mengeluarkan beberapa varian produk bus besar untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik dan luar negeri. Bus besar ini dapat disesuaikan peruntukannya untuk berbagai kebutuhan, seperti bus pariwisata dan bus antarkota.

Gambar 2.5
Bus besar bertipe Nucleus 3



(Sumber: Bunesia.com 2014)

Gambar 2.6
Bus besar bertipe Discovery



(Sumber: Busnesia.com 2014)

Gambar 2.7
Bus besar bertipe Legacy



(Sumber: Busnesia.com 2014)

Gambar 2.8
Bus besar bertipe New Proteus



(Sumber: Busnesia.com 2014)

B. Produk Bus Medium

Selain bus besar, CV. Karoseri Laksana juga membuat produk bus sedang yang berkapasitas 20-35 tempat duduk. Adapun produk bus sedang tersebut seperti, Nucleus 1/2/3, Sonic dan Tourista

Gambar 2.9
Bus medium bertipe Nucleus



(Sumber: Laksanabus.com)

Gambar 2.10
Bus medium bertipe Sonic



(Sumber: Busnesia.com)

Gambar 2.11
Bus medium bertipe Tourista



(Sumber: Busnesia.com)

C. Produk Bus Gandeng

Sebagai salah satu karoseri besar di Indonesia, CV. Karoseri Laksana juga mengeluarkan varian produk untuk memenuhi kebutuhan bus kota. Salah satu produk unggulan CV. Karoseri Laksana adalah bus gandeng yang banyak digunakan di kota-kota besar seperti Jakarta.

Gambar 2.12
Bus gandeng Trans Jakarta



(Sumber: Pratama.com, 2013)

