

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

1.1.1 Profil PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Sejarah perkeretaapian di Indonesia dimulai ketika pecangkulan pertama jalur kereta api Semarang-Vornstenlanden (Solo-Yogyakarta) di Desa Kemijen oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda Mr. L.A.J Baron Sloet van de Beele tanggal 17 Juni 1864. Pembangunan dilaksanakan oleh perusahaan swasta Naamlooze Venootschap Nederlansch Indische Spoorweg Maatschappij (NV. NISM) menggunakan lebar sepur 1435 mm.

Sementara itu, pemerintah Hindia Belanda membangun jalur kereta api negara melalui Staatssporwegen (SS) pada tanggal 8 April 1875. Rute pertama SS meliputi Surabaya-Pasuruan- Malang. Keberhasilan NISM dan SS mendorong investor swasta membangun jalur kereta api seperti Semarang Joana Stoomtram Maatschappij (SJS), Semarang Cheribon Stoomtram Maatschappij (SCS), Serajoedal Stoomtram Maatschappij (SDS), Oost Java Stoomtram Maatschappij (OJS), Pasoeroean Stoomtram Maatschappij (Ps.SM), Kediri Stoomtram Maatschappij (KSM), Probolinggo Stoomtram Maatschappij (PSM), Modjokerto Stoomtram Maatschappij (MSM), Malang Stoomtram Maatschappij (MS) Madoera Stoomtram Maatschappij (Mad.SM), Deli Spoorweg Maatschappij (DSM).

Selain di Jawa, pembangunan jalur kereta api dilaksanakan di Aceh (1876), Sumatera Utara (1922). Sementara itu di Kalimantan, Bali, dan Lombok hanya dilakukan studi mengenai kemungkinan pemasangan jalan rel, belum sampai tahap pembangunan. Sampai akhir tahun 1928, panjang jalan kereta api dan trem di Indonesia mencapai 7.464 km dengan perincian rel milik pemerintah sepanjang 4.089 km dan swasta sepanjang 3.375 km.

Pada tahun 1942 Pemerintah Hindia Belanda menyerah tanpa syarat kepada Jepang. Semenjak itu, perkeretaapian Indonesia diambil oleh Jepang dan berubah nama menjadi Rikuyu Sokyuku (Dinas Kereta Api). Selama penguasaan Jepang, operasional kereta api hanya diutamakan untuk kepentingan perang. Salah satu

pembangunan di era Jepang adalah lintas Saketi-Bayahdan Muaro-Pekanbaru untuk pengangkutan hasil tambang batu bara guna menjalankan mesin-mesin perang mereka. Namun, Jepang juga melakukan pembongkaran rel sepanjang 473 km yang diangkut ke Burma untuk pembangunan kereta api disana.

Setelah Indonesia memproklamasikan kemerdekaan pada tanggal 17 Agustus 1945, beberapa hari kemudian dilakukan pengambilalihan stasiun dan kantor pusat kereta api yang dikuasai Jepang. Puncaknya adalah pengambilalihan Kantor Pusat Kereta Api Bandung tanggal 28 September 1945 (kini diperingati sebagai Hari Kereta Api Indonesia). Hal ini sekaligus menandai berdirinya Djawatan Kereta Api Indonesia Republik Indonesia (DKARI). Ketika Belanda kembali ke Indonesia tahun 1946, Belanda membantuk kembali perkeretaapian di Indonesia bernama Staatsspoewegen/Verenigde Spoorwegbedrijf (SS/VS), gabungan SS dan seluruh perusahaan kereta api swasta (kecuali DSM).

Berdasarkan perjanjian damai Konferensi Meja Bundar (KMB) Desember 1949, dilaksanakan pengambilalihan aset-aset milik pemerintah Hindia Belanda. Pengalihan dalam bentuk penggabungan antara DKARI dan SS/VS menjadi Djawatan Kereta Api (DKA) tahun 1950. Pada tanggal 25 Mei DKA berganti menjadi Perusahaan Negara Kereta Api (PNKA). Pada tahun tersebut mulai diperkenalkan juga lambang Wahana Daya Pertiwi yang mencerminkan transformasi Perkeretaapian Indonesia sebagai sarana transportasi andalan guna mewujudkan kesejahteraan bangsa tanah air. Selanjutnya pemerintah mengubah struktur PNKA menjadi Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA) tahun 1971. Dalam rangka meningkatkan pelayanan jasa angkutan, PJKA berubah bentuk menjadi Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka) tahun 1991. Perumka berubah menjadi Perseroan Terbatas, PT. Kereta Api (Persero) berubah menjadi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dengan meluncurkan logo baru.

Saat ini, PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki tujuh anak perusahaan yakni PT Reska Multi Usaha (2003), PT Railink (2006), PT Kereta Api Indonesia Commuter Jabodetabek (2008), PT Kereta Api Pariwisata (2009), PT Kereta Api Logistik (2009), PT Kereta Api Properti Manajemen (2009), PT Pilar Sinergi BUMN Indonesia (2015).

1.1.2 Visi dan Misi

Adapun visi dan misi dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah sebagai berikut:

Visi

Menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan *stakeholders*.

Misi

Menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis usaha penunjangnya, melalui praktek bisnis dan model organisasi terbaik untuk memberikan nilai tambah yang tinggi bagi *stakeholders* dan kelestarian lingkungan berdasarkan empat pilar utama, yaitu keselamatan, ketepatan waktu, pelayanan, dan kenyamanan.

1.1.3 Logo



GAMBAR 1.1
Logo PT Kereta Api Indonesia
Sumber: www.kai.id.

Logo PT Kereta Api Indonesia (Persero) mengandung makna sebagai berikut:

1. Tiga garis melengkung melambangkan gerakan yang dinamis PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mencapai Visi dan Misinya.
2. Dua garis warna orange melambangkan proses Pelayanan Prima (Kepuasan Pelanggan) yang ditujukan kepada pelanggan internal dan eksternal. Anak

panah berwarna putih melambangkan Nilan Integritas, yang harus dimiliki insan PT Kereta Api Indonesia dalam mewujudkan Pelayanan Prima.

3. Satu garis lengkung berwarna biru melambangkan semangat Inovasi yang harus dilakukan dalam memberikan nilai tambah ke *stakeholders*. (Inovasi dilakukan dengan semangat sinergi di semua bidang dan dimulai dari hal yang paling kecil sehingga dapat melesat.)

1.1.4 Bidang Bisnis

Bidang bisnis PT Kereta Api Indonesia adalah:

1. Layanan Penumpang.
Perusahaan menjual produk layanan penumpang yang terdiri dari kereta api dengan berbagai kelas:
 - a. Kereta api eksekutif
 - b. Kereta api bisnis.
 - c. Kereta ekonomi.
 - d. Kereta api listrik.
 - e. Kereta api lokal.
 - f. Kereta api campuran.
2. Layanan angkutan barang.
Perusahaan juga menyediakan jasa untuk mengangkut barang dengan berbagai kategori:
 - a. Petikemas, yang meliputi *tank container*, *bulk container*, paletisasi, dan lainnya.
 - b. Barang curah atau *liquid*, yang meliputi bahan bakar minyak, minyak goreng, air mineral dan lainnya.
 - c. Barang curah, yang meliputi batu bara, batu, semen, gula pasir, pupuk, beras, dan lainnya.
 - d. Barang retail, yang meliputi barang elektronik, barang potongan dan lainnya.
 - e. Barang *packaging*, yang meliputi semen, pupuk, gula, pasir, beras dan lainnya.

3. Pengusahaan aset.

Perusahaan menawarkan layanan dalam bentuk penyewaan aset perusahaan PT Kereta Api Indonesia dengan mengikuti prosedur sewa yang telah ditentukan. Prosedur sewa diantaranya:

- a. Aset yang dapat disewa terdiri dari Aset *Railway* dan *Non Railway*.
- b. Mengajukan permohonan sewa ke Manajer komersil di daerah operasi terdekat.
- c. Menunjukkan SPPT PBB terbaru.
- d. Melakukan pertemuan untuk pembahasan rencana sewa-menyewanya, penentuan tarif dan kesepakatan kerja sama.
- e. Peninjauan lokasi bersama.
- f. Proses kontrak dan penandatanganan kontrak kerjasama.

1.2 Latar Belakang Masalah

Perkembangan keadaan infrastruktur di Indonesia saat ini secara umum berada di peringkat yang cukup baik di banding Negara ASEAN lainnya, tetapi di banding Malaysia dan Singapura, khususnya pada infrastruktur kereta api, keadaan Indonesia lebih rendah di banding kedua negara tersebut. Berdasarkan *Global Competitiveness Report* tahun 2013-2014 oleh Klaus Schwab, peringkat keadaan infrastruktur kereta api di Indonesia di seluruh dunia berada di peringkat ke-44. Di bandingkan dengan Malaysia dan Singapura, Indonesia masih tertinggal jauh dari Malaysia yang berada di peringkat ke-18 dan Singapura yang berada di peringkat ke-10.

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa keadaan infrastruktur Indonesia secara umum masih pada di posisi di bawah Malaysia dan Singapura, dan untuk kereta api Indonesia, posisinya juga masih sama di bawah Malaysia, untuk Singapura belum ada data di tahun 2014-2015 sehingga tidak tercantum peringkatnya. Hal ini tergambar pada keadaan transportasi di Indonesia yang masih sering dinilai dengan kualitas pelayanan yang rendah dan juga kapasitas pelayanan yang terbatas. Keadaan ini menurut Bappenas dalam Kajian Evaluasi Pembangunan Bidang

Transportasi di Indonesia tahun 2012, disebabkan oleh kelembagaan, sumber daya manusia, dan terbatasnya kemampuan pembiayaan pemerintah.

TABEL 1.1
Peringkat Infrastruktur di Beberapa Negara ASEAN

	Umum 2013-2014	Umum 2014-2015	Kereta Api 2013-2014	Kereta Api 2014-2015
Indonesia	82	72	44	41
Vietnam	110	112	68	52
Thailand	61	76	72	74
Malaysia	25	20	18	12
Singapura	5	5	10	-

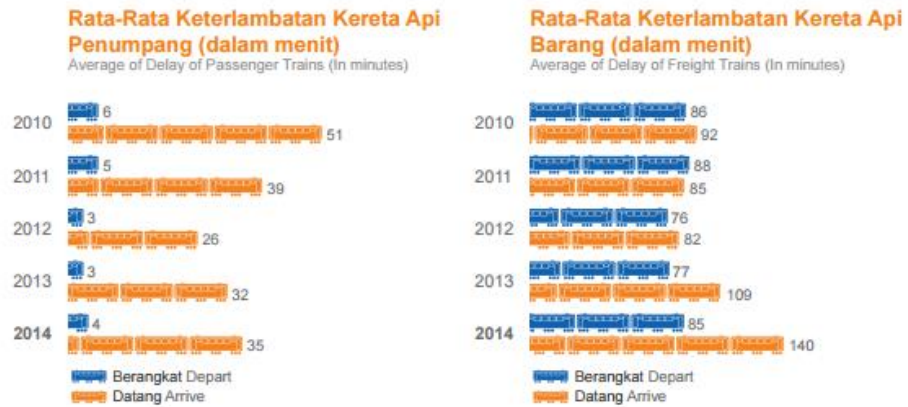
Sumber : Global Competitiveness Report 2013-2014 & 2014-2015

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara yang menyediakan, mengatur, dan mengurus jasa angkutan kereta api di Indonesia. Jasa transportasi kereta api di Indonesia sangat dibutuhkan oleh masyarakat, karena kereta api ini merupakan alat transportasi yang cukup aman, bebas hambatan dan harganya yang terjangkau. Berdasarkan hasil riset Lembaga Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, proyeksi pangsa angkutan penumpang kereta api terhadap transportasi Indonesia, menunjukkan angkutan penumpang kereta api lebih besar dari pesawat dan kapal laut.

Peningkatan kebutuhan masyarakat akan kereta api, mendorong PT. Kereta Api Indonesia untuk menjaga dan meningkatkan kinerja mereka agar kualitas pelayanan yang diberikan akan memuaskan pelanggannya. Untuk dapat memuaskan pelanggannya, PT. Kereta Api Indonesia perlu memperbaiki dan meningkatkan kinerjanya dengan memperbaiki masalah-masalah pelayanan yang ada. Masalah-masalah tersebut adalah masih kurangnya kinerja PT Kereta Api Indonesia dalam hal ketepatan waktu dalam keberangkatan dan kedatangan kereta, serta masih seringnya terjadi peristiwa kecelakaan kereta api.

Hal ini terlihat dari laporan tahunan PT. Kereta Api Indonesia yang menunjukkan masih adanya keterlambatan keberangkatan dan kedatangan kereta

api penumpang dan barang. Berikut data rata-rata keterlambatan kereta api penumpang dan barang berdasarkan laporan tahunan PT. Kereta Api Indonesia:



Gambar 1.2
Rata-Rata Keterlambatan Kereta Api Penumpang

Sumber : Laporan Tahunan PT. Kereta Api Indonesia

Berdasarkan data tersebut, terlihat waktu keterlambatan kereta api penumpang dan barang terus bertambah di tahun 2014 di banding tahun-tahun sebelumnya. Di tahun 2014 kereta api penumpang mengalami keterlambatan dalam keberangkatannya rata-rata 4,23 menit dari toleransi 4,23 menit dan untuk kedatangannya 35,11 menit dari toleransi 31,07 menit. Kereta api barang mengalami keterlambatan keberangkatan rata-rata 84,52 menit dari toleransi 52,08 menit dan untuk kedatangan rata-rata keterlambatan 139,75 menit dari toleransi 60,50 menit. PT. Kereta Api Indonesia masih perlu untuk meningkatkan kinerjanya agar dapat memenuhi harapan penumpang di mana perjalanan kereta api dapat tepat waktu. Keterlambatan tersebut terjadi salah satunya karena kurangnya kinerja karyawan, sehingga berdampak pada kualitas pelayanan yang perusahaan berikan pada pelanggannya.

Hasil tersebut diperkuat dengan hasil survei pendahuluan yang dilakukan pada bulan April 2018 terhadap 30 pelanggan PT KAI Jurusan Bandung-Jakarta, dimana hasilnya menunjukkan bahwa kepuasan konsumen PT KAI belum optimal.

TABEL 1.2
Hasil Survey Pendahuluan tentang Kepuasan Konsumen

No	Pertanyaan	Hasil Survey			
		SP (%)	P (%)	TP (%)	STP (%)
1.	Pelayanan <i>Ticketing</i>	5 (16,67%)	7 (23,33%)	15 (50%)	3 (10%)
2.	Pelayanan Check In	9 (30%)	4 (13,33%)	16 (53,33%)	1 (3,33%)
3.	Pelayanan Pemberangkatan	2 (6,67%)	3 (10%)	18 (60%)	7 (23,33%)
4.	Pelayanan Prama dan Prami	1 (3,33%)	14 (46,67%)	13 (43,33%)	2 (6,67%)
5.	Pelayanan Pemberhentian	3 (10%)	7 (23,33%)	18 (60%)	2 (6,67%)

Sumber: Hasil Penelitian Pendahuluan (2018)

Berdasarkan hasil survey pendahuluan tentang kepuasan konsumen diketahui bahwa pada umumnya kepuasan konsumen PT KAI jurusan Bandung Jakarta belum optimal. Hal tersebut dapat dipahami berdasarkan lima ukuran penilaian kepuasan konsumen, yang terdiri dari pelayanan *ticketing*, *check in*, pemberangkatan, prama dan prami, serta pemberhentian. Konsumen yang merasakan tidak puas (TP) dan sangat tidak puas (STP) atas pelayanan *ticketing* yang diberikan mencapai 60%; konsumen yang merasakan tidak puas dan sangat tidak puas atas pelayanan *check in* yang diberikan mencapai 56,66%; konsumen yang merasakan tidak puas dan sangat tidak puas atas pemberangkatan mencapai 83,33%; konsumen yang merasakan tidak puas dan sangat puas atas pelayanan prama dan prami yang diberikan mencapai 50%; dan konsumen yang merasakan tidak puas dan sangat puas atas pelayanan pemberhentian yang diberikan mencapai 66,67%.

Salah satu upaya untuk meningkatkan kembali kepuasan konsumen adalah melalui peningkatan persepsi nilai. *Perceived Value* merupakan penukaran yang menjadi pokok dalam pemasaran dengan nilai sebagai pengukur yang tepat dari penukaran apapun baik pantas maupun tidak (Kotler dan Keller, 2013:185). *Customer perceived value* adalah selisih antara penilaian pelanggan prospektif atas semua manfaat dan biaya dari suatu penawaran terhadap alternatifnya. Jadi, produk dikatakan memiliki nilai yang tinggi jika sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan (Kotler dan Keller, 2011). Durianto (2014:12) menyatakan

bahwa nilai yang dirasakan (*perceived value*) merupakan akibat atau keuntungan-keuntungan yang diterima pelanggan dalam kaitannya dengan total biaya (termasuk didalamnya adalah harga yang dibayarkan ditambah biaya-biaya lain terkait dengan pembelian).

Dengan demikian, maka persepsi merupakan proses dimana individual terlebih dahulu mengenali objek-objek dan fakta objektif disekitarnya. Seperti halnya dengan pengamatan, persepsi diawali dengan kegiatan panca indera, selanjutnya akan terjadi proses psikologis. Sehingga individual dapat mengorganisir dan menafsirkan informasi.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini dituangkan dalam judul penelitian: "Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kereta Api (Survei terhadap Pengguna Kereta PT KAI Jurusan Bandung-Jakarta Tahun 2018)"

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana persepsi nilai konsumen PT KAI Jurusan Bandung Jakarta.
2. Bagaimana kepuasan konsumen PT KAI Jurusan Bandung Jakarta.
3. Seberapa besar pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan konsumen PT KAI Jurusan Bandung Jakarta.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas adalah untuk:

1. Mengetahui persepsi nilai konsumen PT KAI Jurusan Bandung Jakarta.
2. Mengetahui kepuasan konsumen PT KAI Jurusan Bandung Jakarta.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan konsumen PT KAI Jurusan Bandung Jakarta.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pihak berikut ini:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui aplikasi ilmu pemasaran terutama mengenai persepsi nilai dan kepuasan konsumen dalam dunia bisnis nyata.

2. Bagi Perusahaan Kedai Aceh Cie Rasa Loom

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan, dan bahan pertimbangan bagi PT KAI dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat.

3. Bagi Akademisi dan Pembaca Lainnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi akademisi maupun pembaca lainnya berupa :

- a. Memberikan informasi mengenai pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan konsumen PT KAI.
- b. Sebagai referensi atau masukan bagi akademisi dan pembaca lainnya dalam menyusun penelitian selanjutnya.

1.6 Sitematika Penulisan

Gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan disajikan dalam suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang di bahas dalam tiap-tiap bab. Sistematika penulisan penelitian disajikan sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan.

Pada bab ini di uraikan tentang objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, serta sistematika penulisan.

2. Bab II Tinjauan Pustaka.

Pada bab ini diuraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian teoritis.

3. Bab III Metode Penelitian.

Pada bab ini diuraikan tentang jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan.

Pada bab ini diuraikan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

5. Bab V Penutup.

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, serta saran-saran yang diberikan kepada perusahaan dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.