

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Sejarah PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

PT Kereta Api Indonesia (Persero) atau disebut PT KAI adalah penyelenggara jasa angkutan kereta api penumpang dan barang di Indonesia dibawah Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Dalam menjalankan usahanya PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki Daop (Daerah Operasional) dan Divre (Divisi Regional) yang tersebar di setiap daerah di Jawa dan Sumatera. Budaya organisasi perusahaan dalam PT Kereta Api Indonesia (Persero) terdapat lima pilar utama yaitu integritas, profesional, keselamatan, inovasi, dan pelayanan prima (<https://kai.id/>, diakses Oktober 2019).

Kehadiran kereta api di Indonesia ditandai dengan pencangkulan pertama pembangunan jalan KA di desa Kemijen, Jum'at tanggal 17 Juni 1864 oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda, Mr. L.A.J Baron Sloet van den Beele. Pembangunan diprakarsai oleh Naamlouze Venootschap Nederlandsch Indische Spoorweg Maatschappij (NV. NISM) yang dipimpin oleh Ir. J.P de Bordes dari Kemijen menuju desa Tanggung (26 Km) dengan lebar sepur 1435 mm. Ruas jalan ini dibuka untuk angkutan umum pada hari Sabtu, 10 Agustus 1867.

Keberhasilan swasta, NV. NISM membangun jalan KA antara Kemijen - Tanggung, yang kemudian pada tanggal 10 Februari 1870 dapat menghubungkan kota Semarang -Surakarta (110 Km), akhirnya mendorong minat investor untuk membangun jalan KA di daerah lainnya. Tidak mengherankan, kalau pertumbuhan panjang jalan rel antara 1864 -1900 tumbuh dengan pesat. Kalau tahun 1867 baru 25 Km, tahun 1870 menjadi 110 Km, tahun 1880 mencapai 405 Km, tahun 1890 menjadi 1.427 Km dan pada tahun 1900 menjadi 3.338 Km

Selain di Jawa, pembangunan jalan KA juga dilakukan di Aceh (1874), Sumatera Utara (1886), Sumatera Barat (1891), Sumatera Selatan (1914), bahkan tahun 1922 di Sulawesi juga telah dibangun jalan KA sepanjang 47 Km antara Makasar-Takalar, yang pengoperasiannya dilakukan tanggal 1 Juli 1923, sisanya Ujungpandang -Maros belum sempat diselesaikan. Sedangkan di Kalimantan,

meskipun belum sempat dibangun, studi jalan KA Pontianak -Sambas (220 Km) sudah diselesaikan. Demikian juga di pulau Bali dan Lombok, pernah dilakukan studi pembangunan jalan KA.

Sampai dengan tahun 1939, panjang jalan KA di Indonesia mencapai 6.811 Km. Tetapi, pada tahun 1950 panjangnya berkurang menjadi 5.910 km, kurang lebih 901 Km raib, yang diperkirakan karena dibongkar semasa pendudukan Jepang dan diangkut ke Burma untuk pembangunan jalan KA di sana. Jenis jalan rel KA di Indonesia semula dibedakan dengan lebar sepur 1.067 mm; 750 mm (di Aceh) dan 600 mm di beberapa lintas cabang dan tram kota. Jalan rel yang dibongkar semasa pendudukan Jepang (1942 -1943) sepanjang 473 Km, sedangkan jalan KA yang dibangun semasa pendudukan Jepang adalah 83 km antara Bayah -Cikara dan 220 Km antara Muaro -Pekanbaru. Ironisnya, dengan teknologi yang seadanya, jalan KA Muaro -Pekanbaru diprogramkan selesai pembangunannya selama 15 bulan yang mempekerjakan 27.500 orang, 25.000 diantaranya adalah Romusha. Jalan yang melintasi rawa-rawa, perbukitan, serta sungai yang deras arusnya ini, banyak menelan korban yang makamnya bertebaran sepanjang Muaro-Pekanbaru

Setelah kemerdekaan Indonesia diproklamisir-kan pada tanggal 17 Agustus 1945, karyawan KA yang tergabung dalam Angkatan Moeda Kereta Api (AMKA) mengambil alih kekuasaan perkeretaapian dari pihak Jepang. Peristiwa bersejarah tersebut terjadi pada tanggal 28 September 1945. Pembacaan pernyataan sikap oleh Ismangil dan sejumlah anggota AMKA lainnya, menegaskan bahwa mulai tanggal 28 September 1945 kekuasaan perkeretaapian berada di tangan bangsa Indonesia. Orang Jepang tidak diperbolehkan campur tangan lagi urusan perkeretaapi-an di Indonesia. Inilah yang melandasi ditetapkannya 28 September 1945 sebagai Hari Kereta Api di Indonesia, serta dibentuknya Djawatan Kereta Api Republik Indonesia (DKARI).

Selanjutnya, berdasarkan "*Loan Agreement*" No. 4106-ND tanggal 15 Januari 1997 berupa bantuan proyek Efisiensi Perkeretaapian atau "Railway Efficiency Project"(REP), dan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1998, tanggal 03 Februari 1998, Pemerintah menetapkan pengalihan bentuk Perusahaan Umum (PERUM) Kereta Api menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Proses perubahan

status perusahaan dari Perum menjadi persero secara “de-facto” dilakukan tanggal 01 Juni 1999 ditandatangani akta Notaris Imas Fatimah, SH di Jakarta sebagai akta pendirian PT KAI (Kereta Api Indonesia) dan pada tanggal 04 Juni 1999, PT Kereta Api Indonesia (Persero) diresmikan (*Sumber: <https://kai.id/>, diakses Oktober 2019*).

### 1.1.2 Visi Misi

- a. **Visi** : menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan *stakeholders*
- b. **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 4 pilar utama : Keselamatan, Ketepatan waktu, Pelayanan dan Kenyamanan (*Sumber: <https://kai.id/>, diakses Oktober 2019*).

### 1.1.3 Makna Logo PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Perkeretaapian di seluruh Indonesia mempunyai logo yang sama. Tidak terkecuali PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya. Logo tersebut mempunyai makna tersendiri. Adapun makna dari logo tersebut yaitu :



**Gambar 1.1**

**Sumber:**

*(<https://kai.id/>, diakses Oktober 2019)*

***PT Kereta Api Indonesia (Persero)***

1. Tiga garis melengkung melambangkan gerakan yang dinamis PT KAI dalam mencapai Visi dan Misinya.
2. Dua garis warna orange melambangkan proses Pelayanan Prima (Kepuasan Pelanggan) yang ditujukan kepada pelanggan dan eksternal. Anak panah berwarna putih melambangkan nilai Integritas, yang harus dimiliki insan PT KAI dalam mewujudkan Pelayanan Prima.
3. Satu garis lengkung berwarna biru melambangkan semangat Inovasi yang harus dilakukan dalam memberikan nilai tambah stakeholders. (Inovasi dilakukan dengan semangat sinergi di semua bidang dan dimulai dari hal yang paling kecil sehingga dapat melesat.) (Sumber: <https://kai.id/>, diakses Oktober 2019)

#### **1.1.4 Tugas Pokok Perusahaan**

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya merupakan jenis perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Kegiatan yang dilakukan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya adalah sebagai berikut :

- a. Melaksanakan pembinaan teknis pengendalian angkutan penumpang dan angkutan barang.
- b. Kegiatan usaha dalam bidang pelayanan jasa transportasi dan pelayanan kepada masyarakat
- c. Melaksanakan program pemeliharaan jalan kereta api, sepur simpang dan sarana pendukung lainnya
- d. Melaksanakan program pemasaran angkutan penumpang dan barang.
- e. Memanfaatkan fasilitas yang ada di daerah operasi perusahaan.

### 1.1.5 Budaya Perusahaan



**Gambar 1.2**

(<https://kai.id/>, diakses Oktober 2019)

**Sumber: PT Kereta Api Indonesia (Persero)**

Budaya perusahaan memiliki 5 nilai utama dan memiliki 5 makna melambangkan panca indera untuk mewujudkan cita, rasa dan karsa yang akan menjadi pedoman dalam setiap aktivitas individu PT Kereta Api Indonesia (Persero) tanpa terkecuali yaitu :

a. Integritas

PT. KAI (Persero) bertindak konsisten sesuai dengan nilai-nilai serta kebijakan organisasi dan kode etik perusahaan. Memiliki pemahaman dan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan kebijakan yang ada dan etika tersebut serta bertindak secara konsisten walaupun sulit untuk melakukannya.

b. Profesional

PT. KAI (Persero) memiliki kemampuan serta penguasaan didalam bidang pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan, kemudian mampu menguasai untuk menggunakan, mengembangkan, membagikan pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan kepada orang lain.

c. Keselamatan

PT. KAI (Persero) memiliki sifat tanpa kompromi dan konsisten dalam menjalankan atau menciptakan sistem atau proses kerja yang mempunyai potensi resiko yang rendah terhadap terjadinya kecelakaan dan menjaga aset perusahaan dari kemungkinan terjadinya kerugian.

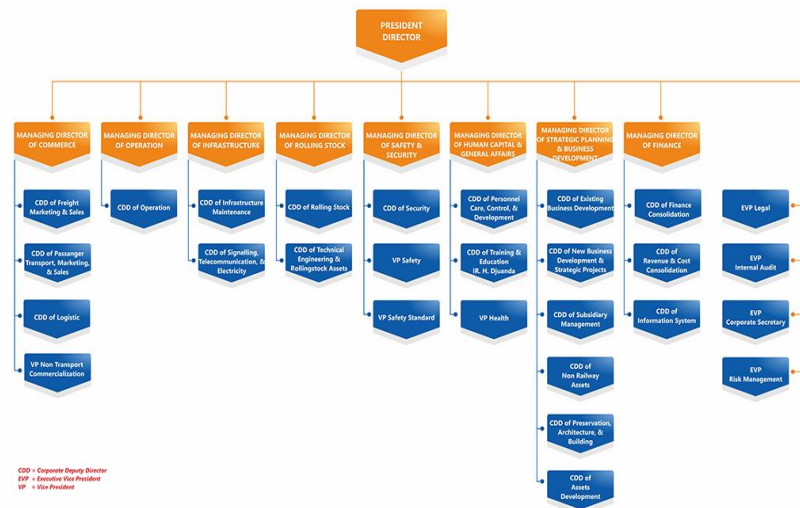
d. Inovasi

PT. KAI (Persero) selalu menumbuh kembangkan gagasan baru, melakukan tindakan perbaikan yang berkelanjutan dan menciptakan lingkungan kondusif untuk berkreasi sehingga memberikan nilai tambah bagi stakeholder.

e. Pelayanan Prima

PT. KAI (Persero) akan memberikan pelayanan yang terbaik yang sesuai dengan standar mutu yang memuaskan dan sesuai harapan atau melebihi harapan pelanggan dengan memenuhi 6 A unsur pokok: Ability (Kemampuan), Attitude (Sikap), Appearance (Penampilan), Attention (Perhatian), Action (Tindakan), dan Accountability (Tanggung jawab) (Sumber: Humas PT. Kereta Api Indonesia).

### 1.1.6 Struktur Organisasi PT. Kereta Api Indonesia (persero)



Gambar 1.3

(Sumber: Humas PT. Kereta Api Indonesia).

#### PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Berdasarkan gambar 1.3 di atas, dapat diketahui bahwa struktur organisasi

PT. Kereta Api (Persero) dibagi menjadi tiga bagian, yakni :

#### 1. Tingkat Pusat

1. PT. Kereta Api (Persero) dipimpin oleh seorang Direktur Utama (Dirut) yang dibawah langsung oleh Dewan Komisaris. Dalam

melaksanakan tugasnya, Dirut bantu oleh lima anggota direksi, yaitu Direktur Keuangan, Direktur Teknik, Direktur Operasi, Direktur

Sumber Daya Manusia, dan Direktur Pengembangan Usaha.

2. Sekertaris Perusahaan.

3. Pusat Perencanaan dan Pengembangan (Pusrenbang).

4. Satuan Pengawasan Intern (SPI)

5. Divisi :

a. Divisi Properti

b. Divisi Sarana

c. Divisi Pelatihan

## **2. Tingkat Daerah**

Tingkat operasi di Jawa ini dipimpin oleh Kepala Daerah Operasi (Kadaop) yang terdiri dari :

i. Daop (Regional Office) 1 Jakarta

ii. Daop (Regional Office) 2 Bandung

iii. Daop (Regional Office) 3 Cirebon

iv. Daop (Regional Office) 4 Semarang

v. Daop (Regional Office) 5 Purwokerto

vi. Daop (Regional Office) 6 Yogyakarta

vii. Daop (Regional Office) 7 Madiun

viii. Daop (Regional Office) 8 Surabaya

ix. Daop (Regional Office) 9 Jember

x. Divisi Angkutan Perkotaan Jabotabek

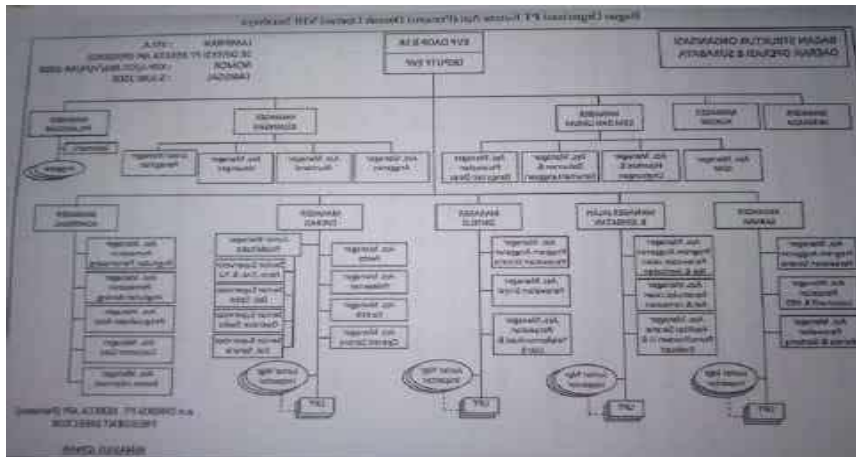
## **3. Tingkat Divisi Regional di Sumatra**

i. Divisi Regional I Sumatera Utara

ii. Divisi Regional II Sumatera Barat

iii. Divisi Regional III Sumatera Selatan

### 1.1.7 Struktur Organisasi PT. Kereta Api Indonesia (persero) DAOP 8 SBY



**Gambar 1.4**

(Sumber: Humas PT. Kereta Api Indonesia).

#### ***PT Kereta Api Indonesia (Persero)***

Berikut ini adalah tugas dan tanggung jawab dari masing-masing Manager :

1. Manager SDM (Sumber Daya Manusia) dan Umum
  - a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab yang telah ditetapkan kantor pusat, di wilayah DAOP VIII Surabaya.
  - b. Terselenggarakan proses peningkatan kualitas secara berkelanjutan dan pengolahan resiko diseksinya
  - c. Menyusun program pengelolaan dan evaluasi kinerja sumber data manusia.
  - d. Mengelola Hygiene perusahaan, kesehatan kerja, dan lingkungannya.
  - e. Mengelola dokumen perusahaan serta kegiatan adminitrasi kerumahtanggaan, protokoler, dan umum.
2. Manager Keuangan
  - a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawabnya yang telah ditetapkan kantor pusat, di wilayah DAOP VIII Surabaya.
  - b. Mengkoordinir penyusunan Rencana Kerja Anggaran tahunan DAOP VIII Surabaya.
  - c. Terselenggaranya proses peningkatan kualitas secara berkelanjutan serta pengolahan resiko di sekitarnya.



- d. Membina pelaksanaan akuntansi dan penyusunan Laporan Keuangan
- e. Melaksanakan pengelolaan administrasi keuangan, pengesahan pembayaran gaji pegawai dan non pegawai, pengesahan pembayaran kepada pihak ketiga serta penyelesaian dokumen analisa dan tata usaha keuangan

### 3. Manager Sarana

- a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab yang telah ditetapkan kantor pusat., di wilayah DAOP VIII Surabaya.
- b. Terselenggaranya proses peningkatan kualitas secara berkelanjutan, pengelolaan resiko dan terjaminnya *safety* di seksinya.
- c. Menyusun program anggaran oenyiapan sarana siap operasi, perawatan rutin, pengendalian dan evaluasi kinerja perawatan sarana (lokomotif dan KRD, kereta dan gerbong).
- d. Menyusun program penyiapan lokomotif dan KRD siap operasi, perawatan kereta dan gerbong
- e. Melaksanakan pemantauan, pengawasan, pemeriksaan dan pembinaan mutu pekerjaan teknis perawatan sarana, administrasi teknis perawatan sarana, keuangan dan pergudangan untuk seluruh wilayah seksi saran DAOP VIII Suarabaya.

### 4. Manager Jalan Rel dan Jembatan

- a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab yang telah ditetapkan kantor pusat., di wilayah DAOP VIII Surabaya.
- b. Terselenggranya proses peningkatan kualitas secara berkelanjutan, pengelolaan resiko dan terjaminnya *safety* di seksinya.
- c. Melaksanakan penyusunan program kerja atau anggaran dan pengendalian, serta evaluasi kerja efektivitas atau efisiensi perawatan jalan rel, sepur simpang, dan jembatan.
- d. Melaksanakan penyusunan program kerja dan perencanaan teknis perawatan serta pemeliharaan kelayakan operasi jalan rel, sepur simpang, dan jembatan.

- e. Melaksanakan penyusunan program kerja atau pelaksanaan teknis perawatan atau pemeliharaan dan pengoperasian saran atau mesin peralatan jalan rel.

#### 5. Manager Sinyal, Telekomunikasi dan Listrik

- a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab yang telah ditetapkan kantor pusat., di wilayah DAOP VIII Surabaya.
- b. Terselenggaranya proses peningkatan kualitas secara berkelanjutan, pengelolaan resiko dan terjaminnya safety di seksinya.
- c. Menyusun program anggaran dan evaluasi kinerja perawatan sinyal, telekomunikasi dan listrik.
- d. Menyusun program dan melaksanakan perawatan sinyal, telekomunikasi, dan listrik.
- e. Menjamin ketersediaan dan kelayakan sinyal, telekomunikasi, dan listrik.

#### 6. Manager Operasi

- a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab yang telah ditetapkan kantor pusat., di wilayah DAOP VIII Surabaya.
- b. Terselenggaranya proses peningkatan kualitas secara berkelanjutan, pengelolaan resiko dan terjaminnya safety di seksinya.
- c. Melaksanakan pemantauan dan pengendalian keamanan dan ketertiban operasi (di atas kereta api dan di stasiun) di lingkungan DAOP
- d. Melaksanakan pengendalian operasi kereta api secara terpusat dan terpadu di wilayah DAOP.
- e. Melaksanakan kegiatan angkutan penumpang atau barang.

#### 7. Manager Komersil

- a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab yang telah ditetapkan kantor pusat., di wilayah DAOP VIII Surabaya.
- b. Terselenggaranya proses peningkatan kualitas secara berkelanjutan, pengelolaan resiko dan terjaminnya safety di seksinya.
- c. Maaksanakan perusahaan jasa angkutan penumpang, angkutan barang, perusahaan *asset*.

- d. Mengelola *costumer care* dan *costumer retention*, termasuk penyelesaian klaim asuransi, *service recorvery*, serta penanganan insiden yang menimpa pengguna jasa.
  - e. Mengusahakan asset stasiun dan sarana, mengelola perusahaan *asset right of way* (ROW) dan asset di luar stasiun, melakukan rencana, evaluasi dan pengendalian perusahaan asset dan kerja sama operasi.
8. Manager Hubungan Masyarakat Daerah
- a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab yang telah ditetapkan kantor pusat., di wilayah DAOP VIII Surabaya.
  - b. Melaksanakan fungsi *coorperate image building*
  - c. Mengelola informasi dan komunikais di dalam perusahaan (internal) dan menjalin hubungan dengan media massa di luar perusahaan (eksternal)
  - d. Melaksanakan program *corporate social responbility* (CSR) di wilayahnya.
9. Manager Pelelangan
- a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab yang telah ditetapkan kantor pusat., di wilayah DAOP VIII Surabaya.
  - b. Menyiapkan kelengkapan dokumen lelang
  - c. Melaksanakan pelelangan dan penata perusahaan adminitrasi pelelangan.
10. Manager Hukum
- a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab yang telah ditetapkan kantor pusat., di wilayah DAOP VIII Surabaya.
  - b. Memberikan pertimbangan dan perdampingan atau bantuan hokum di dalam dan diluar pengadilan serta menjadi sumber informasi hokum dan peraturan bagi pegawai atau pejabat di wilayah DAOP VIII Surabaya.
  - c. Menjaln hubungan dengan pihak-pihak eksternal terkait.
11. Junior Manager Pusat Pengendalian Operasi KA
12. Junior Manager Inspector
- (*Sumber: Humas PT. Kereta Api Indonesia*).

## 1.2 Latar Belakang

Internet saat ini sudah menjadi sesuatu yang familiar bagi semua kalangan masyarakat. Perkembangan dalam bidang teknologi informasi menjadikan internet tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, akan tetapi merambah pada interaksi yang lebih kompleks. Dalam perkembangan zaman bahwa pergerakan dunia bisnis terlihat semakin pesat dan dinamis, ditambah dengan adanya internet dan kemajuan teknologi yang memanjakan masyarakat. Internet membantu masyarakat untuk berkomunikasi dan melakukan transaksi bisnis ke segala penjuru dunia dengan memberikan biaya yang murah, cepat, dan mudah. Perkembangan sistem teknologi informasi ini mendorong munculnya peluang bisnis yang memanfaatkan layanan internet karena dirasa lebih efektif dan efisien, terutama dari segi penghematan waktu

Pada grafik dibawah dapat diketahui jumlah pengguna internet di Indonesia sangat banyak yaitu 171,17 juta jiwa pengguna di tahun 2018 yang telah di riset oleh APJII. Jadi dapat di perkirakan bahwa jumlah pengguna internet akan semakin bertambah.



*Gambar 1.5*

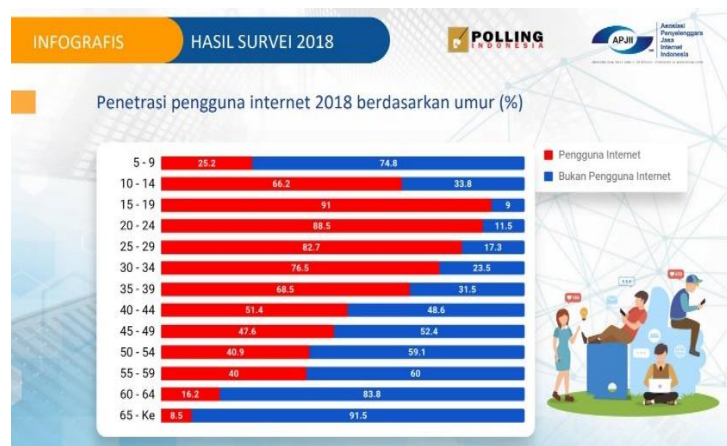
### **Grafik Petumbuhan Pengguna Internet Indonesia (2018)**

*Sumber: APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)*

Diakses pada Oktober 2019

Dengan munculnya pertumbuhan teknologi digital yang tumbuh dengan pesat, salah satu signifikannya adalah munculnya internet. Maka jumlah perangkat

untuk mengakses internet seperti *smartphone* atau tablet, komputer dan dll, juga semakin meningkat. Usia milenial lainnya yang merajai posisi teratas lainnya soal pengguna internet ini, yaitu 20-24 tahun dengan penetrasi 88,5 %. Kemudian di bawahnya terdapat kelompok umur 25-29 tahun dengan penetrasi 82,7%, kelompok umur 30-34 tahun dengan penetrasi 76,5%, dan kelompok umur 35-39 tahun dengan penetrasi 68,5%. Berdasarkan tabel dibawah dapat dilihat kelompok umur 25-34 adalah umur produktif untuk melakukan produktifitas dalam sehari-hari.



**Gambar 1.6**

**Grafik Penetrasi Pengguna Internet 2018 Berdasarkan Umur (2018)**

**Sumber: APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)**

Diakses pada Oktober 2019

Perkembangan yang sangat pesat dan tergolong penting dalam kehidupan dan untuk mendukung mobilitas produktifitas, saat ini adalah sarana transportasi. Dapat dilihat kondisi penggunaan kendaraan transportasi yang berlebihan menimbulkan kemacetan terutama pada jam sibuk, kondisi dimana pegawai negeri maupun swasta, anak sekolahan, pekerja wiraswasta dan berbagai elemen masyarakat berbondong-bondong menuju dari satu tempat ke tempat lain dengan kendaraan yang akan menimbulkan intensitas yang berlebih, jalan raya dipadati oleh kendaraan roda dua ataupun roda empat bahkan menumpuk di jalan tanpa ada pergerakan.

Dimana yang dimaksudkan dengan adanya transportasi sebagai usaha pemindahan atau pergerakan dari satu lokasi ke lokasi lainnya dengan

menggunakan suatu alat tertentu (Fidel Miro,2005) Yang dimaksud alat tertentu, merupakan bisnis jasa. Di zaman sekarang ini bisnis jasa berkembang pesat, diantaranya transportasi. Salah satu contoh permasalahan sehari-hari saat ini yang menjadi perhatian masyarakat sekarang adalah transportasi.

Transportasi, adalah sebuah sarana umum yang apapun jenisnya dan dimanapun tempatnya, sangat diperlukan bagi setiap orang yang hendak berpergian, apalagi ketempat yang tidak dapat dijangkau dengan berjalan kaki. Banyak alat transportasi yang disediakan oleh Pemerintah, Swasta, dan perorangan yang memudahkan masyarakat untuk mencari alternatif yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Tidak hanya manusia tetapi barangpun juga memerlukan alat transportasi untuk memindahkan sesuatu.

Transportasi secara umum terdiri dari transportasi darat, transportasi laut, dan transportasi udara. Menurut pada Badan Pusat Statistik (BPS) jenis-jenis moda transportasi di Indonesia dapat diuraikan pada tabel 1.1 berikut :

<b>Angkutan Darat</b>	<b>Angkutan Laut</b>	<b>Angkutan Udara</b>
Bus	Kapal Laut	Pesawat
Taksi		
Angkutan Antar Kota Antar Provinsi (AKAP)		
Kereta Api		
Angkutan Umum		

**Tabel 1.1**

**Jenis-jenis Moda Transportasi di Indonesia**

*Sumber : <https://www.bps.go.id/>*

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019 bahwa kereta api merupakan sarana transportasi darat yang memiliki kemampuan mengangkut penumpang dan barang dalam jumlah besar melalui jarak yang jauh maupun dekat. Kereta api merupakan pilihan bagi masyarakat baik menengah ke atas maupun ke bawah yang mencari kepraktisan serta kenyamanan untuk mencapai tempat tujuan.

Dalam penyelenggaraan jasa angkutan, kereta api dikelola oleh sebuah Badan Usaha Milik Negara yaitu PT. KAI.

Wilayah Kereta Api	2019								
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
	Jabodetabek	27 768	25 305	28 366	28 062	28 369	25 816	29 714	27 651
Non Jabodetabek (Jawa)	6 667	5 977	6 702	7 044	6 145	8 445	8 589	6 891	6 322
Jawa (Jabodetabek+Non Jabodetabek)	34 435	31 282	35 068	35 106	34 514	34 261	38 303	34 542	34 615
Sumatera	687	617	683	703	588	829	732	647	606
Total	35 122	31 899	35 751	35 809	35 102	35 090	39 035	35 189	35 221

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Pengguna Kereta Api Indonesia (persero)**

Sumber : <https://www.bps.go.id/>

Dilihat pada jumlah pengguna kereta api Indonesia, masyarakat lebih memilih transportasi darat kereta api karena kereta api tidak mengenal lalu lintas macet karena kereta api memiliki jalur atau lintasan tersendiri yang khusus dilewati oleh kereta api itu sendiri. Berbeda dengan bus umum yang harus berbagi jalan dengan kendaraan lain seperti truk, mobil, dan sepeda motor. Kereta api lebih tepat waktu karena terhindari dari macet, penundaan pemberangkatan, dan perkiraan perhitungan waktu perjalanan yang tidak meleset jauh. Berbeda dengan perjalanan menggunakan bus dimana sering terjadi keterlambatan saat pemberangkatan, waktu tempuh lebih lama karena adanya kemacetan, pengalihan arus, dan waktu kedatangan yang terlambat dari jadwal. Tiket Kereta Api yang dijual saat ini masih lebih murah dibandingkan dengan harga tiket bus dengan trayek yang sama. Hal ini disebabkan karena strategi marketing dari PT KAI dan adanya subsidi yang diberikan pemerintah.

Lokasi stasiun kereta api rata-rata berada di tengah kota karena seperti yang kita tahu bahwa hampir semua stasiun kereta api di Indonesia berada di tengah perkotaan dan berada di daerah strategis. Sedangkan terminal bus saat ini lebih

ditempatkan di daerah pinggiran kota untuk mengurangi kemacetan. Kereta api cenderung lebih aman dari kecelakaan karena kereta api jarang terjadi kecelakaan dibandingkan dengan bus umum bila dilihat dari data statistik kecelakaan transportasi di Indonesia. Pembelian tiket kereta api lebih mudah didapatkan dari pada tiket transportasi lainnya. Tiket kereta api dapat didapatkan membeli tiket di stasiun atau melalui via *online* karena reservasi dengan mudah dan harga terjangkau untuk jarak jauh maupun jarak dekat.

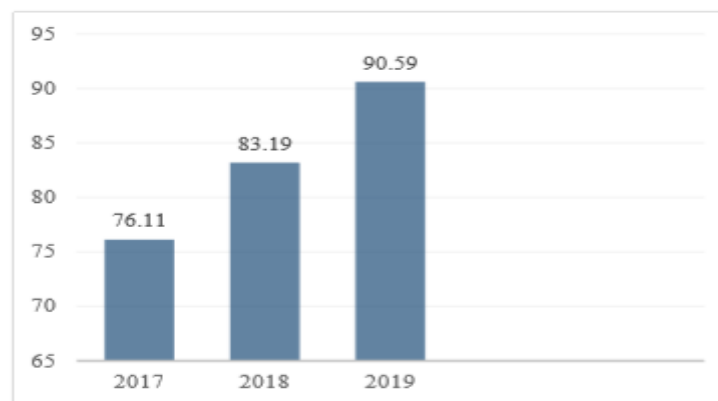
PT. Kereta Api Indonesia (persero) untuk memudahkan masyarakat pengguna kereta api dalam mendapatkan informasi dan melakukan pemesanan tiket api secara *online* dimanapun dan kapanpun. PT. Kereta Api Indonesia semakin berinovasi dengan mengikuti perkembangan teknologi dengan tujuan untuk memenuhi layanan kenyamanan dan hal yang praktis bagi pelangganya, yaitu memanfaatkan internet sebagai solusinya dengan cara memunculkan *Official Mobile Application* yaitu KAI Access untuk pemesanan tiket kereta api lokal.

KAI *Acces* otomatis akan semakin memudahkan masyarakat dalam pelayanan tiket kereta api, dimana sebelumnya adanya sistem tiket *online* pengguna jasa transportasi kereta api harus datang ke lokasi untuk membeli tiket secara langsung, lalu dengan adanya pelayanan tiket online berupa KAI *Acces* maka masyarakat bisa membeli tiket dimana saja dan kapan saja tidak lagi harus datang ke lokasi stasiun hanya untuk membeli tiket kereta api.

KAI *Access* diluncurkan pada 26 Juli 2013. KAI *Access* merupakan hasil inovasi PT Kereta Api Indonesia berkaitan dengan pemesanan tiket. Dari awal beroperasinya kereta api, pemesanan tiket hanya bisa dilakukan secara offline yang artinya penumpang membeli tiket kereta api di loket stasiun. Aplikasi KAI *Access* menghadirkan kemudahan-kemudahan yang selama ini telah diharapkan oleh masyarakat Indonesia, yang dapat memudahkan proses pemesanan tiket kereta api tanpa perlu lagi untuk mendatangi loket dan antri yang lama, pembayaran yang fleksibel tanpa perlu mengantri di stasiun yang dapat dilakukan di ATM maupun swalayan yang masuk dalam *channel* yang telah ditunjuk oleh PT. Kereta Api Indonesia (<https://kai.id/>, diakses Oktober 2019).



PT. Kereta Api Indonesia juga melihat bahwa jumlah pengguna internet *Mobile Phone* di Indonesia sangat besar. Oleh karena itu, PT. Kereta Api Indonesia berinovasi dengan Aplikasi *KAI Access* untuk dimanfaatkan kereta api lokal. Menurut data PT. Kereta Api Indonesia jumlah pengguna internet *mobile phone* di Indonesia dapat dilihat pada gambar 1.6 sebagai berikut :

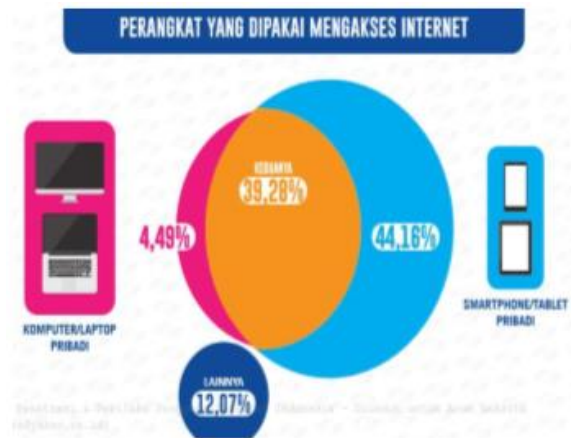


**Gambar 1.7**

### **Jumlah Pengguna Internet *Mobile Phone* di Indonesia**

*Sumber* : Humas PT.Kereta Api Indonesia (persero)

Gambar 1.7 menunjukkan bahwa pengguna internet *mobile phone* di Indonesia selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya dengan mencapai 76,11 juta orang pada tahun 2017 yang menggunakan internet *mobile phone* di Indonesia. Pengguna internet *mobile phone* di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat setiap tahunnya, pada 2018 diperkirakan mencapai 83,19 juta orang yang menggunakan internet *mobile phone* di Indonesia. Gambar 1.6 menunjukkan *growth* (tingkat pertumbuhan) jumlah pengguna internet *mobile phone* di Indonesia dari tahun 2017-2018 sebesar 9,30%. Untuk tahun 2019, jumlah pengguna internet *mobile phone* di Indonesia diperkirakan sebesar 90,59% juta orang. Sedangkan *growth* (tingkat pertumbuhan) jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun 2018-2019 sebesar 8,89%. Dari data perkembangan jumlah pengguna internet di Indonesia tersebut pelaku bisnis baik individu maupun perusahaan berskala kecil, menengah dan besar yang memanfaatkan internet sebagai media atau sarana dalam upaya mengembangkan bisnisnya.



**Gambar 1.8**

### **Persentase Perangkat yang Dipakai Untuk Mengakses Internet**

*Sumber* : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018

Gambar 1.8 menunjukkan bahwa persentase terbesar perangkat yang digunakan untuk mengakses internet di Indonesia yaitu *smartphone/tablet* pribadi (*mobile phone*) yaitu sebesar 44,16%. Sedangkan yang menggunakan komputer/laptop pribadi untuk mengakses internet sebesar 4,49%. Sedangkan yang menggunakan kedua perangkat tersebut yaitu sebesar 39,28%.

Dilihat dari presentase data gambar 1.8 dapat disimpulkan bahwa PT. Kereta Api terus berinovasi dengan mengikuti perkembangan teknologi dengan tujuan untuk memenuhi layanan kenyamanan dan hal yang praktis bagi pelangganya. Pemesanan tiket kereta api yang mulai dari cara konvensional menjadi lebih modern yaitu *e-Ticketing (Online Booking)* yaitu Aplikasi KAI *Access* saat ini sudah dipegang penuh oleh *mobile phone*, karena aplikasi tersebut hanya dapat didownload pada Android dan IOS. Banyak orang yang sudah mengunduh aplikasi tersebut untuk produktifitas dalam sehari-hari. Aplikasi ini sudah di unduh oleh +5 juta orang dan mendapatkan ulasan yang positif bagi orang-orang pengguna aplikasi KAI *Access*.



**Gambar 1.9**

### **Jumlah Orang yang Mengunduh KAI Acces**

*Sumber : Play store Android, 2019*

Gambar 1.9 menunjukkan jumlah orang yang mendownload aplikasi KAI Acces sejak awal diluncurkan sampai saat ini. Aplikasi KAI Acces saat telah diperbarui pada tanggal 1 September 2019 yang dimana konsumen khusus pembeli tiket kereta api lokal dapat melakukan pembelian melalui aplikasi KAI Acces. Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan pada aplikasi KAI Access diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan pada aplikasi.

Menurut Christiane Morris di dalam (<http://cryptome.org/jya/glomob.htm>) menyatakan bahwa *Mobile Commerce (M-Commerce)* merupakan perkembangan dari *E-Commerce* yang memberikan kemudahan kepada konsumen melalui perangkat *mobile* yang dimilikinya dan jaringan *Wireless*. Mengingat bahwa teknologi *Mobile* dan *Mobile Commerce* terus berkembang dari waktu ke waktu. (Pratama, 2015:108)

Menurut Christiane Morris di dalam (<http://cryptome.org/jya/glomob.htm>) menyatakan bahwa *Mobile Commerce (M-Commerce)* merupakan perkembangan dari *E-Commerce* yang memberikan kemudahan kepada konsumen melalui perangkat *mobile* yang dimilikinya dan jaringan *Wireless*. Bahkan mengingat bahwa teknologi *Mobile* dan *Mobile Commerce* terus berkembang dari waktu ke waktu. (Pratama, 2015:108).

Kemajuan Teknologi sangat berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara online. Berikut ini jumlah tiket penjualan tiket kereta api secara offline di Daop 8 Surabaya:

<b>VOLUME KA PENATARAN TAHUN 2015-2018</b>				
<b>BULAN</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>JAN</b>	70.777	50.415	58.713	64.385
<b>FEB</b>	67.226	39.510	53.219	60.753
<b>MAR</b>	72.736	43.714	60.207	66.517
<b>APR</b>	47.295	47.336	60.460	66.096
<b>MEI</b>	53.563	52.504	63.452	61.676
<b>JUN</b>	49.945	46.637	53.573	61.652
<b>JUL</b>	48.872	56.098	65.435	69.828
<b>AGT</b>	49.566	49.724	58.896	64.900
<b>SEP</b>	47.554	53.753	61.324	63.000
<b>OKT</b>	47.427	55.283	61.483	65.200
<b>NOV</b>	43.221	52.416	57.200	66.124
<b>DES</b>	53.834	63.999	65.510	71.893

**Tabel 1.3**

**Tabel Jumlah Penjualan Tiket Kereta Api lokal Penataran**

**Daop VIII Surabaya**

*Sumber* : Humas PT.Kereta Api Indonesia (persero)

Dilihat dari data diatas, jumlah penjualan tiket kereta api lokal semakin tahun semakin meningkat. PT. Kereta Api Indonesia melihat dari data tersebut berinovasi dengan memunculkan pembelian tiket kereta api lokal menggunakan sistem *online* yaitu menggunakan sebuah Aplikasi *KAI Access*. Aplikas *KAI Access* dapat membantu konsumen atau pelanggan kereta api lokal untuk melakukan pembelian tiket secara cepat dan mudah. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara online adalah *trust* (kepercayaan) terhadap suatu sistem yang didesain sedemikian rupa untuk memudahkan calon pengguna atau konsumen untuk mengakses segala kebutuhan mereka secara cepat dan mudah.

Bedasarkan pengumuman PT. Kereta Api Indonesia mengenai pembelian tiket kereta api Indonesia melalui akun Twitter resmi @KAI121 menyatakan bahwa:

1. Mulai keberangkatan tanggal 1 September 2019, pemesanan tiket kereta api lokal hanya bisa melalui aplikasi *KAI Access*.

2. Loket stasiun melayani penjualan tiket kereta api lokal secara *Go-Show* mulai 3 jam sebelum keberangkatan kereta api.



**Gambar 1.10**

### **Pengumuman Resmi PT. Kereta Api Indonesia (2019)**

**Sumber: Twitter resmi @KAI121**

Diakses pada Januari 2020

Dengan adanya peraturan tersebut calon pembeli yang menggunakan aplikasi *KAI Access* akan lebih diuntungkan dari pada calon pembeli yang masih membeli tiket di loket stasiun. Pengguna aplikasi *KAI Access* dapat melakukan pemesanan tiket lebih dahulu dari pada pengguna yang melakukan pembelian tiket secara konvensional. Ditambah lagi peraturan pembelian tiket lokal melalui loket di stasiun hanya melayani *Go-Show* atau tiga jam sebelum keberangkatan kereta yang calon pembelinya diwajibkan untuk mengantri terlebih dahulu. Sedangkan tidak semua orang mampu menggunakan aplikasi *KAI Access*.

Peneliti telah melakukan survey kecil berupa wawancara dengan calon penumpang di beberapa stasiun di daerah wilayah Daop 8 Surabaya. Hasil dari survey kecil yang dilakukan peneliti diantaranya bahwa calon penumpang membutuhkan pemesanan tiket secara mudah dan cepat, mengutamakan keamanan dalam mencari dan membeli tiket.

Bedasarkan sumber yang peneliti malalui *website* [www.kominfo.jatimprov.go.id](http://www.kominfo.jatimprov.go.id) dan <https://kai.id> dapatkan mengenai penggunaan aplikasi *KAI Access* hanya kereta api wilayah Daop 8 Surabaya yang disebutkan

PT. Kereta Api Indonesia yang harus menggunakan aplikasi KAI *Access* untuk memberikan pelayanan lebih baik kepada pengguna kereta api dan mengedukasi masyarakat untuk bisa lebih mengenal dengan aplikasi layanan online tiket kereta. Wilayah Daop 8 Surabaya memiliki rata-rata penumpang yang tinggi setiap bulannya sekitar 70.000 penumpang Kereta Api Penataran juga memiliki rute perjalanan yang panjang dan pemberhentian (Stasiun) yang banyak.

Dengan peraturan tersebut, calon pembeli yang menggunakan aplikasi KAI *Access* akan lebih diuntungkan dari pada calon pembeli yang masih membeli tiket kereta api di loket Stasiun. Hasil dari survey kecil dari peneliti bahwa calon penumpang membutuhkan pemesanan tiket secara mudah dan cepat, mengutamakan penghematan waktu dan keamanan dalam mencari tiket kereta api.

Selain itu di situs resmi PT. Kereta Api Indonesia masa awal terjadi pandemi Covid 19 PT. Kereta Api Indonesia mengembalikan penuh pembatalan tiket kereta api lokal untuk mengurangi penyebaran virus Covid 19. Pencegahan penyebaran ini dilakukan secara bertahap dan mengurangi perjalanan kereta api Indonesia. Pembatalan tiket kereta dilakukan penuh melalui sistem online agar tidak tertular virus Covid 19 melalui kontak fisik. Pada pemberlakuan *new normal* PT. Kereta Api Indonesia dalam pelayanan untuk masyarakat sudah kembali dibuka, seperti aplikasi KAI *Access* sudah berjalan dengan normal tetapi sesuai dengan kebijakan protokol kesehatan. *New normal* KAI ini digunakan sebagai bentuk adaptasi pelayanan perkeretapiian dengan mengurangi kontak fisik dan menerapkan protokol kesehatan. *New normal* ini mengacu pada Keputusan Menteri Kesehatan NO.HK.01.07/Menkes/328/2020 tentang panduan Pencegahan dan Pengendalian Covid 19. Pada *new normal* pemesanan tiket hanya dapat dilakukan secara online melalui Aplikasi KAI *Access*, dan saat memasuki area Stasiun harus memakai masker dan suhu tubuh kurang dari 37,3 derajat Celcius. PT. Kereta Api Indonesia ingin memudahkan calon penumpang untuk menikmati fasilitas-fasilitas yang ditawarkan salah satunya dengan menggunakan aplikasi KAI *Access*. Oleh Karena itu peneliti memfokuskan penelitian Aplikasi KAI *Access* pada Daop 8 Surabaya.

Bedasarkan fenomena dan pemaparan yang telah *diruaikan* sebelumnya, penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai *Mobile Commerce* yang dilaksanakan oleh PT. Kereta Api Indonesia (persero) terhadap keputusan pembelian tiket kereta

api dengan judul **“Pengaruh *Mobile Commerce* Aplikasi KAI Access terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Lokal (studi pada PT. Kereta Api Indonesia (persero) kereta api lokal Penataran Daop 8 Surabaya )”**

### **1.3 Perumusan Masalah**

Bedasarkan uraian dalam latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh fleksibilitas *Mobile e-commerce* Aplikasi KAI Access terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal secara parsial?
2. Apakah terdapat pengaruh Internet *Mobile e-commerce* Aplikasi KAI Access terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal secara parsial?
3. Apakah terdapat pengaruh hemat waktu *Mobile e-commerce* Aplikasi KAI Access terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal secara parsial?
4. Apakah terdapat pengaruh peningkatan produktifitas *Mobile e-commerce* Aplikasi KAI Access terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal secara parsial?
5. Apakah terdapat pengaruh transparansi *Mobile e-commerce* Aplikasi KAI Access terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal secara parsial?
6. Apakah terdapat pengaruh Sub variabel *Mobile e-commerce* Aplikasi KAI Access terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal secara simultan?
7. Apakah terdapat hubungan variabel *Mobile e-commerce* Aplikasi KAI Access terhadap kputusan pembelian tiket kereta api lokal secara simultan?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh fleksibilitas *Mobile e-commerce* Aplikasi KAI Access terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal secara parsial?
2. Adakah pengaruh internet *Mobile e-commerce* Aplikasi KAI Access terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal secara parsial?
3. Adakah pengaruh hemat waktu *Mobile e-commerce* Aplikasi KAI Access terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal secara parsial?
4. Adakah pengaruh peningkatan produktifitas *Mobile e-commerce* Aplikasi KAI Access terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal secara parsial?

5. Adakah pengaruh transparansi *Mobile e-commerce* Aplikasi KAI *Access* terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal secara parsial?
6. Adakah pengaruh Sub variabel *Mobile e-commerce* Aplikasi KAI *Access* terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal secara simultan?
7. Adakah hubungan variabel *Mobile e-commerce* Aplikasi KAI *Access* terhadap keputusan pembelian tiket kereta api lokal secara simultan?

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan berguna untuk berbagai kepentingan, terutama yang berkaitan dengan *Mobile e-commerce* aplikasi KAI *Access* terhadap keputusan pembelian dengan manfaat sebagai berikut :

- a. Kegunaan Penulis

Dapat memahami dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan khususnya di bidang *Mobile E-Commerce* dan *Consumer Behavior* di PT. Kereta Api Indonesia (persero).

- b. Kegunaan Akademis

Dapat dijadikan referensi tambahan bagi rekan-rekan mahasiswa yang berminat mempelajari dan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai *Mobile E-commerce* Aplikasi terhadap keputusan pembelian atau mengenai permasalahan lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

- c. Kegunaan Praktis

Dapat memberikan informasi dan bahan masukan kepada Pihak PT. Kereta Api Indonesia mengenai *Mobile E-Commerce* terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP 8 Surabaya untuk dapat dijadikan bahan pertimbangan perbaikan kebijakan di masa yang akan datang dan penelitian ini digunakan sebagai bahan perbandingan sampai sejauh mana teori-teori yang sudah dipelajari selama perkuliahan diterapkan secara nyata.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika merupakan penjelasan isi dari setiap bab. Dimana penjelasan ini dapat memberikan gambaran langsung mengenai isi setiap bab yang ada dalam laporan ini, secara singkat dapat diuraikan sebagai berikut:



**BAB I PENDAHULUAN** Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA** Bab ini menguraikan tentang landasan-landasan teori seperti teori mengenai teori Komunikasi Pemasaran, teori Pemasaran, teori *E-Commerce*, teori *Mobile Commerce*, teori Nilai Penting *M-Commerce*, teori Perilaku Konsumen, teori Keputusan Pembelian, teori Proses Pengambilan Keputusan, dan Adapun hal-hal yang harus di lengkapi seperti kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan penelitian terdahulu sebagai acuan yang digunakan dalam penelitian ini.

**BAB III METODE PENELITIAN** Bab ini membahas jenis penelitian yang digunakan, variabel operasional, skala pengukuran, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas, korelasi, reliabilitas dan normalitas, teknik analisis data.

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN** Bab ini membahas analisis data-data yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN** Bab ini berisi kesimpulan akhir penulisan serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya.