

BAB I

PENDAHULAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, ditandai oleh era globalisasi dengan persaingan bisnis yang semakin ketat. Setiap perusahaan berlomba-lomba menyediakan produk/jasa berkualitas guna memenuhi kepuasan konsumen-konsumennya. Terutama pada jasa transportasi yang saat ini terus meningkat seiring berkembangnya teknologi dan perekonomian Indonesia, setiap perusahaan dituntut untuk menyediakan jasa transportasi masal yang mampu memberikan pelayanan terbaik, sehingga dapat mendukung aktifitas konsumen.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada saat ini yang semakin pesat juga merupakan tantangan lain bagi perusahaan untuk bersaing secara kreatif dan inovatif guna menciptakan kemudahan dalam mengakses jasa transportasi, khususnya di Ibu kota sebagai sentral perekonomian Negara. Hal ini mengakibatkan meningkatnya kompetisi di antara perusahaan jasa transportasi dengan munculnya banyak jasa transportasi berbasis *online* yang telah menjamur di Ibu kota. Oleh karena itu, dalam hal ini Pemerintah di tuntut untuk menyediakan jasa transportasi masal yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen akan fasilitas transportasi yang memadai, terutama jasa kereta rel listrik (KRL)

commuter line Jabodetabek yang merupakan perusahaan transportasi milik Pemerintah.

Dikutip dari salah satu portal berita *online* Sindonews mengatakan bahwa PT Kereta *Commuter* Indonesia (KCI) menargetkan penumpang Kereta Rel Listrik (KRL) *Commuter Line* mencapai 320.026.523 orang pada 2018. Jumlah ini naik 9,5% bila dibandingkan dengan tahun lalu yang sebesar 315.811.848 penumpang. Setiap harinya jumlah penumpang *commuter line* sekitar 993.992 orang.¹

Kendati demikian, dalam rangka memberikan jasa transportasi masal yang mumpuni, upaya memenuhi kepuasan konsumen tidaklah mudah, perlu ada usaha lebih dari perusahaan untuk memberikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen tersebut. Oleh karena itu perlu adanya analisa mendalam mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan jasa transportasi. Pelayanan yang optimal merupakan kunci utama dalam industri jasa, guna menciptakan kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik, keramahan, rasa empati terhadap konsumen, serta hal-hal yang dapat memenuhi harapan dari konsumen atas jasa yang diterimannya. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Desi Susanti dan Dewi Urip Wahyuni mengatakan

¹Sindo, Penumpang KRL diperkirakan mencapai 320 juta, (<https://metro.sindonews.com/read/1271247/171/2018-penumpang-krl-ditargetkan-mencapai-320-juta-1515137667>) diakses pada tanggal 15 Maret 2018

bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen jasa kereta api di Surabaya.²

Maka, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan kepada konsumen secara baik akan menghasilkan rasa puas bagi para konsumen dan sebaliknya kualitas pelayanan yang buruk akan menjadikan konsumen mungkin tidak puas terhadap jasa yang diberikan.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dan membagikan angket *online* kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, yang pernah menggunakan jasa transportasi KRL Jabodetabek, informasi yang diperoleh bahwa konsumen merasa tidak puas atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh KRL Jabodetabek, hal tersebut dikarenakan masih kurangnya pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Contohnya yaitu acap kali pengguna kereta api harus menunggu lama disebabkan oleh keterlambatan kereta untuk membawa pengguna kereta, sehingga memperlambat konsumen untuk sampai tujuan.

Hal tersebut diperparah dengan isu-isu yang beredar di media sosial. Seperti yang di lansir dari salah satu media *Online* Kompas.com mengatakan bahwa Selama 2017, tercatat ada 12 kasus pelecehan seksual yang terjadi di gerbong kereta rel listrik (KRL) Jabodetabek.³

² Desi Susanti dan Dewi Urip Wahyuni, *Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api di Surabaya*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol.6, No.5, Mei 2017, ISSN :2461-0593, p. 1

³ David Oliver Purba, *Ada 12 Kasus Pelecehan Seksual di KRL, Salah Satunya Dilakukan Seorang Kakek*, 2017 (<http://megapolitan.kompas.com/read/2018/01/04/20025891/2017-ada-12-kasus-pelecehan-seksual-di-krl-salah-satunya-dilakukan>) diakses pada tanggal 15 Maret 2018

Dalam kasus lain yang dilansir oleh media *online* CNN menyatakan bahwa membeludaknya penumpang sejak dari Stasiun Cikarang itu membuat penumpang dari stasiun berikutnya, terutama penumpang tradisional lintas stasiun Bekasi-Jakarta Kota, banyak yang tidak terangkut. Penumpukan penumpang pun terjadi, Radinka menambahkan, efek dari pembukaan rute ke Cikarang membuat penumpang di Stasiun Bekasi tak kebagian tempat. Ia meminta PT KCI menambah gerbong atau jadwal KRL. "KRL dari Bekasi sudah tidak manusiawi sesaknya. Belum yang datang dari Cikarang. Mana sekarang ada copet lagi. Ampun-ampun deh," keluhnya.⁴

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah fasilitas jasa transportasi. Fasilitas yang maksimal merupakan hal yang diidam-idamkan oleh konsumen karena dengan fasilitas yang memadai akan menjadikan konsumen merasa puas terhadap jasa yang diterimanya. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Desi Susanti dan Dewi Urip Wahyuni mengatakan bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen jasa kereta api di Surabaya.⁵

Kemudian, berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dan *google form* kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, yang pernah menggunakan jasa transportasi

⁴ CNN, *KRL Cikarang Beroperasi, Penumpang Makin Menumpuk di Stasiun, 2017* (<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20171009095630-20-247063/krl-cikarang-beroperasi-penumpang-makin-menumpuk-di-stasiun>) diakses pada tanggal 15 maret 2018

⁵ Desi Susanti dan Dewi Urip Wahyuni, *Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api di Surabaya*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol.6, No.5, Mei 2017, ISSN :2461-0593, p. 1

KRL Jabodetabek. Informasi yang diperoleh bahwa konsumen merasa tidak puas atas fasilitas yang diberikan oleh KRL Jabodetabek, hal tersebut di karenakan masih minimnya fasilitas yang disediakan oleh jasa KRL.

Hal tersebut diperkeruh dengan berita yang beredar pada media sosial. Seperti yang dilansir dari salah satu portal berita *online* Sindonews yang mengatakan bahwa Perjalanan KRL *Commuter Line* Cilebut-Bogor Senin (5/2/2018) pagi ini terganggu lantaran ada rel yang patah. Gangguan itu menyebabkan perjalanan kereta hanya menggunakan satu jalur secara bergantian hingga petugas selesai memperbaikinya.⁶

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah citra perusahaan. Citra perusahaan yang baik akan memberikan rasa bangga karena menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga membuat konsumen puas dengan produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dan *google form* kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, yang pernah menggunakan jasa transportasi KRL Jabodetabek. Informasi yang diperoleh bahwa konsumen merasa tidak puas atas jasa KRL Jabodetabek, hal tersebut di karenakan masih kurang baiknya citra perusahaan KRL *Commuter line* Jabodetabek. Disebabkan oleh salah satunya yaitu, sering terjadi penumpukan penumpang di stasiun

⁶Mihardi, *Rel Patah, Perjalanan Commuter Line Cilebut-Bogor Terganggu 2018*, (<https://metro.sindonews.com/read/1279437/171/rel-patah-perjalanan-commuter-line-cilebut-bogor-terganggu-1517800571>) diakses pada tanggal 15 Maret 2018

yang disebabkan oleh salah satunya yaitu keterlambatan kereta untuk datang membawa konsumen, sehingga menyebabkan kurang baiknya citra perusahaan KRL *Commuter Line* Jabodetabek.

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, fasilitas dan citra perusahaan.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada hal-hal yang berkaitan dengan rendahnya kepuasan konsumen jasa Kereta Komputer Line (KRL) Jabodetabek.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat di uraikan masalah-masalah apa saja yang mempengaruhi rendahnya kepuasan konsumen jasa Kereta Komputer Line (KRL) Jabodetabek, yaitu :

1. Kurangnya kualitas pelayanan jasa kereta.
2. Minimnya fasilitas yang disediakan.
3. Citra Perusahaan yang kurang baik.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diuraikan diatas, diketahui masalah kepuasan konsumen pada jasa kereta komuter line sangat lah kompleks dan menarik untuk bisa diteliti. Namun, dikarenakan keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkup yang cukup luas,

maka peneliti membatasi masalah yang akan di teliti, yaitu dengan memfokuskan masalah pada “Hubungan kualitas pelayanan dan fasilitas dengan kepuasan konsumen jasa Kereta Rel Listrik (KRL) *Commuter Line* Jabodetabek pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen?
2. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara fasilitas dengan kepuasan konsumen ?
3. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan secara bersama-sama antara kualitas pelayanan dan fasilitas dengan kepuasan konsumen?

E. Kegunaan Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi :

1. Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya menjaga kepuasa konsumen terutama kerat kalitannya terhadap kualitas pelayanan yang diberikan maupun fasilitas yang disediakan, dan menjadi pembelajaran untuk masa yang

akan datang dalam proses terjun langsung dalam dunia usaha maupun dunia industri sebagai profesional ataupun pendidik.

2. Universitas Negeri Jakarta

Dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian di masa yang akan datang mengenai hubungan kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dan bahan bacaan ilmiah mahasiswa khususnya fakultas ekonomi di masa yang akan datang, selain itu juga untuk menambah koleksi jurnal ilmiah pada perpustakaan Universitas Negeri Jakarta

3. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta fasilitas yang diberikan kepada konsumen guna menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih baik dari sebelumnya

4. Pembaca

Sebagai sumber bacaan guna menambah wawasan mengenai hubungan kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Serta menjadi bahan referensi dalam membuat penelitian di masa mendatang.