

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam menghadapi era pembangunan yang berkelanjutan, bangsa Indonesia diharapkan memasuki proses tinggal landas menuju terwujudnya masyarakat yang maju, adil dan makmur serta mandiri. Hal tersebut sesuai dengan salah satu tujuan negara Indonesia yang tercantum dalam UUD 1945, yaitu untuk memajukan kesejahteraan umum, untuk dapat mewujudkan tujuan tersebut, maka pemerintah telah lama melaksanakan program pembangunan di segala bidang, baik ekonomi, sosial politik maupun budaya. Seperti diketahui Jakarta merupakan kota yang kepadatan penduduknya cukup tinggi, dengan jumlah penduduk yang tinggi tersebut maka kota Jakarta memerlukan suatu sistem angkutan massal untuk memperlancar transportasi dan perekonomian. Pertumbuhan antara banyaknya penduduk yang datang ke Jakarta tidak sebanding dengan jumlah daya tampung transportasi yang ada. Orang yang datang ke Jakarta tiap tahunnya lebih besar daripada jumlah daya tampung angkutan yang tersedia. Transportasi merupakan sarana yang penting dan strategis dalam memperlancar roda perekonomian. Pentingnya transportasi tercermin dari semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa angkutan bagi mobilitas orang serta barang dari seluruh pelosok tanah air, bahkan dari dan ke luar negeri. Menyadari pentingnya hal tersebut, maka transportasi harus ditata dalam satu sistem transportasi nasional secara terpadu dan mampu

mewujudkan tersedianya jasa transportasi yang aman, nyaman , cepat, tepat, teratur dengan biaya yang terjangkau oleh masyarakat.

Perkembangan teknologi dan perekonomian menyebabkan konsumen terdorong untuk lebih selektif dalam memilih dan menggunakan produk yang diinginkannya. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memahami bahwa ditengah pilihan yang begitu banyak, konsumen cenderung memilih tawaran yang paling sesuai dengan kebutuhan dan harapannya. Dengan demikian, perusahaan dituntut untuk dapat mengembangkan dan menjalankan salah satu program pemasaran yang berorientasi pada konsep pemasaran, dimana perhatian utama produsen yang menghasilkan barang maupun jasa adalah pada pemenuhan kebutuhan konsumen atau pelanggan secara lebih efisien dan efektif dibandingkan dengan pesaing.

Pembangunan jasa angkutan perkeretaapian yang merupakan salah satu perusahaan jasa, ditujukan untuk meningkatkan daya angkut, mutu pelayanan, serta manajemen pengelolaannya, sehingga angkutan kereta api baik sebagai angkutan barang maupun angkutan penumpang dapat diandalkan oleh masyarakat banyak. Angkutan kereta api, dengan berbagai keunggulannya, dikembangkan guna mengantisipasi peningkatan kebutuhan akan jasa angkutan, baik untuk angkutan kota maupun antar kota jarak jauh. Peranan kereta api sebagai sarana transportasi menjadi semakin penting untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam era bisnis, ekonomi , pertumbuhan dan perkembangan serta pariwisata kota. Visi PT Kereta Api Indonesia adalah penyedia jasa kereta api sebagai pilihan utama dari jasa transportasi yang

artinya dimasa depan kereta api akanberperan utama dalam dinamika jasa transportasi di Indonesia. Meningkatnya jumlah pemakai jasa angkutan kereta api menunjukkan bahwa kereta api semakin dibutuhkan. Dengan makin meningkatnya kebutuhan transpotasi darat terutama kereta api, maka pihak PT Kereta Api mulai meremajakan dan mengganti kereta apinya dengan cara memperbaiki sampai menambah pelayanan yang diberikan kepada masyarakat baik dari peningkatan kualitas pelayanan fasilitas kereta api , penambahan kenyamanan dan keamanan di dalam kereta api.

Perkeretaapian sebagai salah satu moda transportasi tidak dapat dipisahkan dari moda-moda transportasi lain yang ditata dalam sistem transportasinasional, yang memiliki karakteristik pengangkutan secara massal dan keunggulan tersendiri, perlu lebih dikembangkan potensi dan ditingkatkan peranannya sebagai penghubung wilayah baik nasional maupun internasional,sebagai penunjang, pendorong, dan penggerak pembangunan demi peningkatan kesejahteraan rakyat. Oleh karena itu, PT KAI sebagai salah satu unit pelayanan publik memiliki kewajiban memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan bagi masyarakat.Hal ini didasarkan pada setiap warga Negara yang memiliki hak untuk mendapatkan pelayanan dari aparat pemerintah secara baik. Hak ini berlaku bagi siapa saja, baik ia anggotaorganisasi yang berkewajiban melayani atau orang luar yang harus dilayani. Jadi hak atas pelayanan ini sifatnya sudah universal berlaku terhadap siapa saja yang berkepentingan atas hak tersebut.Namun kenyataannya pelayanan \yang diberikan oleh PT KAI belum dapat memuaskan masyarakat.

Dampak dari hal di atas, terlihat bahwa perusahaan yang unggul dewasa ini adalah perusahaan yang dapat mendirikan dan membangun kepuasan pelanggan yang menjadi sasaran mereka.

Menurut catatan dari hasil penemuan *Indonesian Customer Satisfaction Award* (ICSA), pada tahun 2010 telah terjadi peningkatan pada indeks kepuasan pelanggan di Indonesia, yang meningkat mencapai 85,67 persen, dari 85,10 persen pada tahun 2009<sup>1</sup>.

Kenaikan tingkat kepuasan pelanggan di Indonesia ini, menggambarkan bahwa perusahaan-perusahaan yang terdapat di Indonesia telah menganggap pelanggan sebagai faktor yang sangat penting dalam kelangsungan usaha mereka, sehingga faktor ini harus di perhatikan.

Kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa merupakan salah satu hal yang sangat penting karena hal ini berhubungan dengan *survival* perusahaan tersebut didalam industri, dimana dia berada.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu: Pertama, adalah keamanan. Berbagai survey transportasi di perkotaan maupun antar kota dan desa memperlihatkan bahwa penumpang umumnya masih menempatkan aspek ini ke dalam hal utama dalam melakukan perjalanan. Kenyataan tersebut sejalan dengan berbagai kajian bahwa faktor keamanan sangat mempengaruhi keputusan seseorang Dalam menentukan jenis kendaraan yang dipilih. Tidak ada seseorang yang ingin menggunakan jasa transportasi jika jasa tersebut jelas-jelas dapat membahayakan

---

<sup>1</sup><http://www.google.com/info-dan-profile/indeks-kepuasan-pelanggan-meningkat/diakses> pada tanggal (22 maret 2014)

keselamatan dirinya. Maka dari itu rasa aman yang di berikan oleh jasa transportasi yang digunakan sangat penting dalam suatu perusahaan jasa transportasi. Bila seseorang sudah merasa aman kemungkinan besar seseorang itu juga akan merasakan nyaman dalam menggunakan jasa transportasi tersebut. Pada dasarnya pelanggan benar-benar mencari jasa yang dirasakan bermanfaat, menguntungkan, serta memberikan kepuasan. Dalam hal ini, perusahaan berupaya menawarkan jasa yang berkualitas, mumpuni dan mempunyai tingkat keamanan yang terjamin, agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya yang mempunyai usaha yang sama, karena semakin berkualitas jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan akan semakin loyal dengan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Tetapi, sering kali perusahaan kurang memperhatikan kualitas dari produk atau jasa yang ditawarkan<sup>2</sup>. Contohnya, di PT KAI masih banyak terjadi aksi pencopetan di dalam gerbong kereta api, sehingga seringkali penumpang kereta api di himbau agar selalu waspada menjaga barang berharga yang dimilikinya<sup>3</sup>.

Kedua adalah keselamatan. Faktor ini tidak bisa ditawar, karena semua pelanggan atau penumpang tidak menginginkan terkena musibah, mereka ingin menggunakan jasa yang bisa benar-benar menjamin keselamatannya maka faktor keselamatan sangat di utamakan bagi perusahaan-perusahaan yang menyediakan pelayanan jasa. Tapi nyatanya masih banyak kecelakaan

---

<sup>2</sup>[http://triatmojo.wordpress.com/2006/09/24/mengukur-kepuasan-pelanggan/diakses\\_pada\\_tanggal \(22 maret 2014\)](http://triatmojo.wordpress.com/2006/09/24/mengukur-kepuasan-pelanggan/diakses_pada_tanggal_(22_maret_2014))

<sup>3</sup>[http://news.detik.com/bandung/read/2010/09/12/152800/1439494/486/penumpang-kereta-api-diminta-waspada-pencopetan?nd771104bcj/diakses\\_pada\\_tanggal \(22 maret 2014\)](http://news.detik.com/bandung/read/2010/09/12/152800/1439494/486/penumpang-kereta-api-diminta-waspada-pencopetan?nd771104bcj/diakses_pada_tanggal_(22_maret_2014))

yang terjadi pada perusahaan-perusahaan penyedia jasa. Contohnya pada jasa kereta api, bisa dilihat dari daftar kecelakaan kereta api disetiap tahunnya dan yang terparah terjadi pada 19 Oktober 1987, sekitar jam 06.45, KA 220 eksekutif Merak bertabrakan dengan KA 225 yang sedang melaju (tabrakan head-to-head) di daerah Pondokbetung, Bintaro, Tangerang. Kecelakaan ini terjadi akibat human error. Terjadi dikarenakan KA 225 yang direncanakan bersilang dengan KA 220 di Stasiun Kebayoran, diganti menjadi di Stasiun Sudimara. Masinis KA 225 salah mendengar semboyan sehingga KA 225 berangkat tanpa sepengetahuan PPKA Stasiun Sudimara. Peristiwa ini mengakibatkan 156 orang tewas dan lebih dari 300 orang terluka. Peristiwa ini dikenal dengan Tragedi Bintaro<sup>4</sup>.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan kecelakaan kereta api yaitu:

- a) Faktor teknis yang lebih disebabkan kelalaian manusia di lapangan
- b) Faktor infrastruktur faktor ini berkaitan dengan factor pertama.

Kurangnya infrastruktur mempengaruhi optimalisasi pengendalian keamanan di lapangan. Belum adanya penjagaan di pintu perlintasan kereta api bisa menggambarkan hal ini. Selain itu kondisi rel juga dapat mempengaruhi kecelakaan yang terjadi

- c) Faktor kesalahan manusia (human error), baik masinis maupun penjaga pintu, kerap menjadi penyebab kecelakaan kereta api. Ketidak disiplin pengguna jalan juga sering menjadi penyebab kecelakaan kereta,

---

<sup>4</sup>[http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar\\_kecelakaan\\_kereta\\_api\\_di\\_Indonesia](http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_kecelakaan_kereta_api_di_Indonesia)/diakses pada tanggal (22 maret 2014)

- d) Faktor pengambil kebijakan, ada kesan pemerintah tidak serius mengurus masalah kereta api di tanah air. Selain itu, meski sudah sering terjadi kecelakaan kereta, pemerintah seperti tidak mau belajar atas kecelakaan kereta yang kerap terjadi.

Ketiga adalah ketepatan waktu tiba dan berangkat kereta api, faktor ini juga sangat penting dalam membangun kepuasan pelanggan, karena setiap penumpang menginginkan waktu berangkat atau tiba sesuai jadwal yang sudah ditentukan sebelumnya. Bahkan mungkin dari sebagian penumpang yang menggunakan jasa angkutan transportasi kereta api mereka memilih menggunakan jasa angkutan transportasi tersebut karena ingin cepat sampai tujuan yang diinginkan tanpa harus melalui kemacetan yang biasa di rasakan bila menggunakan jasa angkutan transportasi lainnya. Tetapi nyatanya masih sering terjadinya keterlambatan baik dari kereta berangkat atau kereta tiba, sehingga mengakibatkan para penumpang yang seharusnya bisa cepat sampai ke lokasi yang diinginkan karena tanpa harus melalui kemacetan yang biasa di temui bila menggunakan jasa angkutan transportasi lainnya. Keterlambatan tersebut terjadi karena lamanya waktu transit antar stasiun. Apalagi membawa penumpang banyak, jadi transit di stasiun diperlama, disini peran pengelola stasiun sangat dibutuhkan untuk memperlancar arus penumpang keluar agar tidak terlalu lama tertahan di stasiun. Bahkan, kepala stasiun juga harus ikut turun tangan sendiri menertibkan penumpang. Pihak Kai juga harus memperhatikan kesiapan armada kereta api apakah siap untuk melakukan perjalanan yang telah di tujukan dan pihak Kai juga harus mempertimbangkan

jadwal kereta api. Contohnya dengan memperhatikan jadwal kereta api sekarang ini, semakin panjang dengan beragam tujuan dan bisa dibayangkan dengan pengaturan jadwal kereta yang padat sehingga jarak antar kereta semakin pendek, itu memerlukan manajemen penjadwalan yang akurat, kalau tidak dibuat system yang akurat maka jadwal kereta tetap lebih banyak molornya<sup>5</sup>.

Keempat adalah fasilitas yang tidak memadai. Dengan fasilitas yang memadai sangat memungkinkan pelanggan akan merasa puas, karena dengan memberikan fasilitas yang baik pelanggan tidak akan merasa menyesal telah menggunakan jasa angkutan kereta api. Rata-rata seseorang memilih menggunakan jasa angkutan yang akan mereka gunakan pasti berharap mendapatkan fasilitas yang baik atau memadai dari penyedia jasa yang digunakannya. Karena mereka akan merasa dimanjakan dengan fasilitas yang ada dan mereka tidak akan pernah merasakan penyesalan karena telah mengeluarkan sebagian kecil uangnya untuk menggunakan jasa transportasi tersebut. Hampir di semua perusahaan jasa menyediakan fasilitas yang mumpuni, itu semua ditujukan untuk menarik para pelanggan agar merasa di manjakan dengan fasilitas tersebut. Namun kebanyakan penumpang atau pelanggan merasa kecewa atas fasilitas yang ada. Seperti yang ada di PT. Kai, 43% fasilitas di PT. Kai sudah berusia tua, umumnya usia peralatan yang dipakai oleh PT. Kai telah mencapai 50 hingga 82 tahun. Kecelakaan transportasi, berupa anjloknya Kereta Api Putri Deli Senin, 22 Desember 2008

---

<sup>5</sup><http://www.anneahira.com/jadwal-kereta.htm>/diakses pada (22 maret 2014)

sore sesaat sebelum tiba di Stasiun Besar Kereta Api Medan, dipandang tidak terlepas pada fasilitas milik PT Kereta Api Indonesia (KAI) yang buruk yang dimiliki oleh BUMN tersebut. Pemerhati Transportasi dan Tata Ruang Sumatera Utara, Filianti Bangun saat ditemui VIVAnews, Selasa 23 Desember 2008 mengatakan, buruknya fasilitas milik PT KAI berupa instalasi milik salah satu perusahaan pengelola transportasi darat di tanah air, berupa peralatan yang telah lanjut usia. "Dari data yang diperoleh, umumnya usia peralatan yang dipakai PT KAI telah mencapai 50 hingga 82 tahun," ujar Filianti. Seperti halnya besi rel yang masih dimanfaatkan merupakan barang bekas yang dibeli dari beberapa negara tetangga dengan usia pakai yang berkisar antara 65 hingga 82 tahun sejak tahun pembuatan. Bahkan, berdasarkan data Departemen Perhubungan tahun 2005, tercatat besi rel yang dipergunakan 27 persen berusia 70 tahun, 43 persen berusia 50-70 tahun dan hanya 30 persen saja yang berusia 5-10 tahun<sup>6</sup>.

Kelima, adalah kualitas jasa pelayanan. Dalam hal ini kualitas pelayanan memberikan dampak yang besar dalam membangun kepuasan pelanggan. Namun, yang banyak terjadi di perusahaan, mereka kurang begitu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga sering kali pelanggan merasa tidak puas. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas mumpuni kepada konsumen, maupun calon konsumen mereka. Faktor ini sangat penting mengingat setiap pengguna jasa pasti mengharapkan pelayanan yang baik atau memuaskan dari penyedia

---

<sup>6</sup>[http://nasional.news.viva.co.id/news/read/17411-43\\_fasilitas\\_pt\\_kai\\_berusia\\_tua/diakses](http://nasional.news.viva.co.id/news/read/17411-43_fasilitas_pt_kai_berusia_tua/diakses) pada (24april 2014)

jasa. Jika setiap perusahaan jasa mendahulukan faktor ini maka kemungkinan besar setiap pelanggannya akan puas bahkan loyal terhadap perusahaan tersebut. Namun sepertinya faktor tersebut belum diperhatikan oleh perusahaan jasa salah satunya jasa transportasi kereta api. Hal ini dapat dilihat dari aspek penjualan tiket masih banyak ditemukan penumpang yang antri panjang dan masalah percaloan. Sementara dari aspek operasional dan keselamatan angkutan keretaapi jugarelatif kurang di perhatikan, hal ini terlihat dari frekuensi gangguan antara lain lokomotif mogok, gangguan persinyalan serta telekomunikasi, tabrakan kereta api . Dan dapat dilihat juga dari dari kekecewaan penumpang kereta api yang merasa mendapatkan pelayanan yang buruk dari PT. KAI<sup>7</sup>.

Hal-hal tersebut harus diperhatikan dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Karena kepuasan pelanggan berpusat pada kualitas jasa/pelayanan yang diberikan dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dapat dikatakan baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dikatakan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas tersebut dikatakan buruk.

---

<sup>7</sup><http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/12/06/0811529/Ignasius.Jonan.CEO.BU.MN.Terbaik.2013>/diakses pada (23 maret 2014)

Jadi, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah keamanan, keselamatan, ketepatan waktu berangkat dan tiba, fasilitas yang memadai dan kualitas jasa/pelayanan.

Berdasarkan survey awal yang peneliti lakukan warga Jl. Mendi Jakarta Utara mereka merasa tidak puas dengan kualitas jasa dari PT. KAI, karena masih banyaknya kasus pencopetan yang terjadi di dalam kereta api dan masih sering terjadinya keterlambatan waktu berangkat maupun tiba.

Dalam penelitian ini, tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai masalah kepuasan pelanggan jasa transportasi kereta api di PT.KAI Jakarta pada Warga Jl.Mendi Blok.Y Rt:013 Jakarta Utara.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas dapat diidentifikasi masalah Rendahnya kepuasan pelanggan di sebabkan hal-hal sebagai berikut:

1. Rendahnya tingkat keamanan
2. Rendahnya tingkat keselamatan
3. Ketidak tepatan jadwal waktu keberangkatan dan kedatangan
4. Fasilitas yang tidak memadai
5. Rendahnya kualitas pelayanan

### **C. Pembatasan Masalah**

Dari identifikasi masalah di atas, ternyata bahwa masalah kepuasan pelanggan sangat luas, berhubung keterbatasan yang dimiliki peneliti, maka peneliti ini membatasi pada masalah "Hubungan Antara Kualitas Jasa Dengan Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi kereta api di PT.KAI"

### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

"Apakah terdapat Hubungan Antara Kualitas Jasa Dengan Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Kereta api di PT.Kai"

### **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan yang peneliti harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Bagi Peneliti**

Peneliti berharap dapat menjadi sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan, serta pengalaman tentang dunia bisnis, khususnya di bidang pemasaran. Juga, sebagai bahan yang berguna saat peneliti terjun langsung ke dunia kerja yang sesungguhnya tentang berbagai hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Fakultas Ekonomi

Sebagai bahan referensi serta pengetahuan tambahan dalam meningkatkan kualitas proses belajar mengajar tentang bisnis dan pemasaran bagi kalangan civitas akademika, khususnya Program Studi Pendidikan Ekonomi konsentrasi Pendidikan Tata Niaga.

3. Pembaca

Menjadi tambahan referensi bacaan bagi penelitian selanjutnya sehingga menambah wawasan berpikir yang berkaitan dengan kualitas pelayanandan kepuasan pelanggan.