

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Sejarah Perusahaan

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa transportasi pengangkutan penumpang dan barang, negosiasi dan peti kemas menggunakan Kereta Api sebagai sarana. 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 "*Naamlooze 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 Makassar - Takalar, yang pengoperasiannya dilakukan tanggal 1 Juli 1923, sisanya Ujung Pandang - 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, juga 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 disana.

Setelah kemerdekaan Indonesia diproklamkan pada tanggal 17 Agustus 1945, karyawan KA yang tergabung dalam "Angkatan Moeda Kereta Api" (AMKA) mengambil alih

kekuasaan perkeretaapian dari pihak Jepang. Peristiwa bersejarah yang 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 ditangan bangsa Indonesia. Orang Jepang tidak diperkenankan lagi campur tangan dengan urusan perkeretaapian di Indonesia. Inilah yang melandasi ditetapkannya 28 September 1945 sebagai Hari Kereta Api di Indonesia, serta dibentuknya "Djawatan Kereta Api Republik Indonesia" (DKARI)

**TABEL 1.1**

**Ringkasan Sejarah Perusahaan Perkeretaapian Indonesia**

<b>Periode</b>	<b>Perusahaan</b>	<b>Dasar Hukum</b>
1864 - 1864	<i>Nederlansch Indische Spoorweg Maatschappij (NISM)</i>	-
1864 - 1864	<i>Staatssporwegen (SS)</i>	-
1864 - 1864	<i>Semarang Joana Stoomtram Maatschappij (SJS)</i>	-
1864 - 1864	<i>Semarang Cheribon Stoomtram Maatschappij (SCS)</i>	-
1864 - 1864	<i>Madoera Stoomtram Maatschappij (Mad.SM)</i>	-
1864 - 1864	<i>Malang Stoomtram Maatschappij (MS)</i>	-
1864 - 1864	<i>Modjokerto Stoomtram Maatschappij (MSM)</i>	-
1864 - 1864	<i>Probolinggo Stoomtram Maatschappij (Pb.SM)</i>	-
1864 - 1864	<i>Kediri Stoomtram Maatschappij (KSM)</i>	-

(Sambungan)

Periode	Perusahaan	Dasar Hukum
1864 - 1864	Pasoeroean <i>Stoomtram</i> <i>Maatschappij</i> (Ps.SM)	-
1864 - 1864	<i>Oost Java Stoomtram</i> <i>Maatschappij</i> (OJS)	-
1864 - 1864	<i>Serajoedal Stoomtram</i> <i>Maatschappij</i> (SDS)	-
1864 - 1942	<i>Deli Spoorweg Maatschappij</i> (DSM)	-
1942 - 1945	<i>Rikuyu Sokyoku</i> (Dinas Kereta Api)	-
1945 - 1950	Djawatan Kereta Api Republik Indonesia (DKARI)	Maklumat Kementerian Perhubungan No. 1/KA Tahun 1946
1950 - 1963	Djawatan Kereta Api (DKA)	Keputusan Menteri Perhubungan Tenaga dan Pekerjaan Umum RI No. 2 Tahun 1950
1963 - 1971	Perusahaan Nasional Kereta Api (PNKA)	Peraturan Pemerintah RI No. 22 Tahun 1963
1971 - 1991	Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA)	Peraturan Pemerintah RI No. 61 Tahun 1971
1991 - 1998	Perusahaan Umum Kereta Api (PERUMKA)	Peraturan Pemerintah RI No. 57 Tahun 1990
1998 - sekarang	PT Kereta Api Indonesia (Persero)	Peraturan Pemerintah RI No. 19 Tahun 1998

### 1.1.2 Logo dan Makna Logo Kereta Api Indonesia

Berikut ini merupakan logo dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero):



**GAMBAR 1.1**

#### **Logo PT. Kereta Api Indonesia**

Sumber : <http://kai.id/> , 2020

a. Makna Logo

1. Garis Melengkung

Melambangkan gerakan yang dinamis PT KAI dalam mencapai visi dan misinya.

2. Anak Panah

Melambangkan nilai integritas, yang harus dimiliki insan PT KAI dalam mewujudkan pelayanan prima.

b. Makna Warna

1. Orange

Melambangkan proses pelayanan prima (kepuasan pelanggan yang ditujukan kepada pelanggan internal dan eksternal).

2. 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.

### 1.1.3 Visi dan Misi PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Adapun visi dan misi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) adalah :

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

### 1.1.4 Nilai Utama PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki 5 nilai utama yang di junjung tinggi dalam menjalankan peran perusahaan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dan menjadikan pelanggan sebagai prioritasnya.



GAMBAR 1.2

#### Nilai Utama PT. Kereta Api Indonesia

Sumber : <http://kai.id/> , 2020

Lima nilai utama PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai berikut :

1. Integritas

Kami insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) bertindak konsisten sesuai dengan nilai-nilai kebijakan organisasi dan kode etik perusahaan. Memiliki pemahaman dan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan kebijakan dan etika tersebut dan bertindak secara konsisten walaupun sulit untuk melakukannya.

2. Profesional

Kami insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki kemampuan dan penguasaan dalam bidang pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan, mampu

menguasai untuk menggunakan, mengembangkan, membagikan pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan kepada orang lain.

### 3. Keselamatan

Kami insan PT Kereta Api Indonesia (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.

### 4. Inovasi

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

### 5. Pelayanan Prima

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

#### **1.1.5 Jenis-jenis Layanan PT. Kereta Api Indonesia**

Berikut ini merupakan jenis- jenis layanan dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero):

##### a. Layanan Penumpang

Perusahaan menjual produk layanan penumpang yang terdiri dari kereta api dengan berbagai kelas :

- 1) Kereta Api Eksekutif
- 2) Kereta Api Bisnis
- 3) Kereta Api Ekonomi
- 4) Kereta Api Listrik
- 5) Kereta Api Lokal
- 6) Kereta Api Campuran

##### b. Layanan Angkutan Barang Perusahaan juga menyediakan jasa untuk mengangkut barang dengan berbagai kategori:

- 1) Peti kemas meliputi *tank container*, *bulk container*, paletisasi dan lainnya.

- 2) Barang curah *liquid* / cair meliputi bahan bakar minyak, minyak goreng, air mineral dan lainnya.
  - 3) Barang *retail* meliputi barang elektronik, barang potongan dan lainnya.
  - 4) Barang *packaging* meliputi semen, pupuk, gula, pasir, beras dan lainnya.
- c. Pengusahaan Aset Perusahaan menawarkan layanan dalam bentuk penyewaan aset perusahaan PT. Kereta Api Indonesia dengan mengikuti prosedur sewa yang telah ditentukan. Prosedur sewa diantaranya:
- 1) Aset yang dapat disewa terdiri dari Aset *Railway* dan *Non Railway*.
  - 2) Mengajukan permohonan sewa ke Manager Komersil di daerah operasi terdekat.
  - 3) Menunjukkan SPPT PBB terbaru.
  - 4) Melakukan pertemuan untuk pembahasan rencana sewa-menyewanya, penentuan tarif dan kesepakatan kerja sama.
  - 5) Peninjauan lokasi bersama.
  - 6) Proses kontrak dan penandatanganan kontrak kerjasama

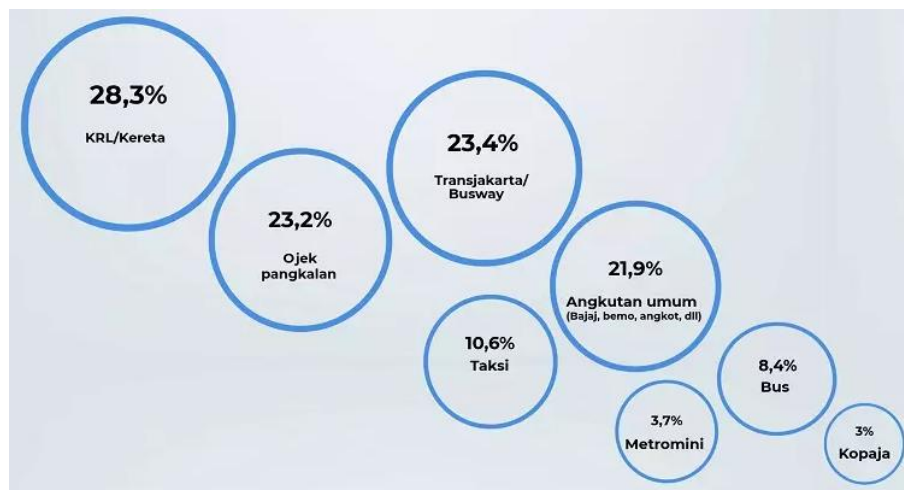
## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Salah satu masalah yang sering terjadi di Indonesia terutama yang sering terjadi di kota-kota besar adalah kemacetan. Kemacetan adalah kondisi dimana arus lalu lintas yang terjadi di jalan sangat padat dan kemacetan itu sendiri bisa terjadi akibat volume kendaraan yang semakin banyak bertambah, peraturan lalu lintas yang sering dilanggar, dan beberapa musibah yang dapat mengganggu arus lalu lintas. Kemacetan sendiri sudah menjadi ciri khas kota-kota besar di negara berkembang. Salah satu upaya pemerintah untuk mengatasi kemacetan adalah dengan menyediakan transportasi umum yang nyaman dan memadai. Transportasi umum adalah suatu layanan untuk masyarakat yang digunakan untuk melakukan mobilisasi atau perpindahan tempat dari satu tempat ke tempat lain yang bisa digunakan setiap hari. Tidak hanya bisa mengangkut manusia, transportasi umum juga dapat digunakan untuk mengangkut barang.

Menurut artikel di merahputih.com tahun 2019, masalah yang sering terjadi kota besar adalah kemacetan yang dapat membuat perjalanan waktu tempuh semakin panjang. Oleh sebab itu, pemerintah menyarankan untuk menggunakan transportasi umum yang dimana pemerintah juga akan meningkatkan kualitas layanannya. Selain itu menggunakan transportasi umum juga mempunyai beberapa kelebihan diantaranya adalah hemat uang karena tarif yang ditetapkan untuk transportasi umum cukup murah dan terjangkau. Keuntungan yang kedua adalah hemat

tenaga karena masyarakat tidak lagi menyetir kendaraan namun bisa duduk dengan santai bahkan bisa melakukan aktivitas ringan seperti membaca buku, mendengarkan lagu atau sekedar menikmati pemandangan luar. Keuntungan yang ketiga adalah menggunakan transportasi umum lebih ramah lingkungan karena dengan naik transportasi umum dapat mengurangi kadar karbon dioksida selain itu transportasi umum sekarang juga dibuat ramah lingkungan.

Transportasi secara umum terdiri dari transportasi darat, transportasi laut, dan transportasi udara. Transportasi darat mempunyai banyak jenis, hal ini disebabkan karena tingginya perpindahan masyarakat dari satu tempat ke tempat lain baik berjarak dekat maupun jauh. Namun beberapa transportasi darat juga mempunyai dampak negatif seperti pencemaran suara dan pencemaran udara karena mesin penggunaan yang tidak dirawat, tingkat kemacetan di jalan raya semakin bertambah, tingginya tingkat kecelakaan, serta pemborosan energi. (Sumber : bandungkab.go.id, 2019). Berdasarkan permasalahan tersebut, pemerintah memberikan perhatian serius terhadap ketersediaan transportasi umum.



**GAMBAR 1.3**

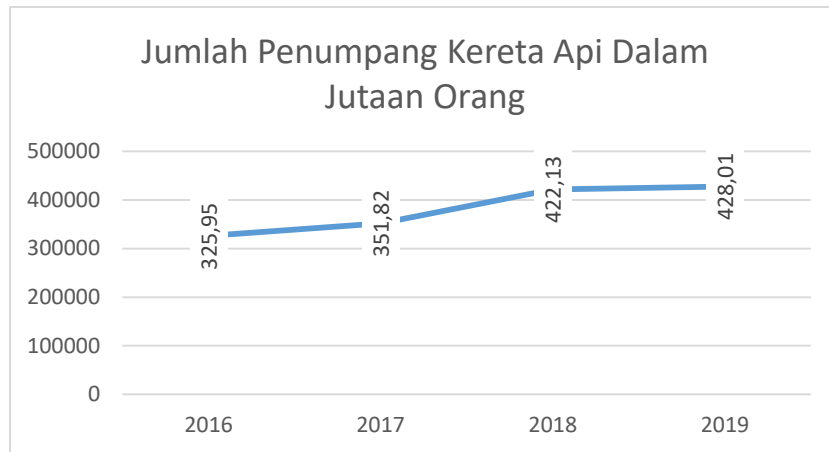
**Persentase Jumlah Pengguna Transportasi Umum**

Sumber : <http://www.cermati.com/> , 2020

Menurut gambar 1.3 diatas transportasi umum yang sering digunakan di Indonesia adalah Kereta sebanyak 28,3%. Hal ini dinilai karena Kereta merupakan salah satu transportasi umum yang mempunyai waktu tempuh cepat dan bisa menampung banyak orang. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020 dapat dikutip bahwa kereta api adalah kendaraan dengan tenaga gerak (listrik, *diesel*, atau tenaga uap) yang berjalan sendiri maupun dirangkaikan dengan kendaraan lain, yang akan atau sedang bergerak diatas rel, terdiri dari kereta penumpang dan kereta barang. Kereta api merupakan pilihan bagi seluruh kalangan masyarakat



baik menengah ke atas maupun ke bawah yang mencari kepraktisan serta kenyamanan untuk mencapai tempat tujuan (Sumber: jakarta.bps.go.id, 2018). Dalam penyelenggaraan jasa angkutan, kereta api dikelola oleh sebuah Badan Usaha Milik Negara yaitu PT. Kereta Api Indonesia.



**GAMBAR 1.4**

**Jumlah Kenaikan Penumpang Kereta Api di Indonesia**

Sumber : <http://www.bps.go.id/> , 2020

Pada gambar 1.3 terlihat kenaikan jumlah penumpang kereta api selama periode 2016 sampai 2019 dalam jutaan orang. Selama tahun 2016, jumlah penumpang kereta api yang diangkut sejumlah 325,95 juta penumpang, tahun 2017, jumlah penumpang kereta api yang diangkut sejumlah 351,82 juta penumpang. Gambar 1.4 menunjukkan *growth* tingkat pertumbuhan jumlah kenaikan penumpang kereta api dari tahun 2016-2017 sebesar 7,94%. Untuk tahun 2018, jumlah penumpang Kereta Api Indonesia yang diangkut sejumlah 422,13 juta penumpang. Sedangkan *growth* (tingkat pertumbuhan) jumlah kenaikan penumpang Kereta Api Indonesia dari tahun 2017-2018 sebesar 19,98%. Untuk tahun 2019 jumlah penumpang kereta api yang diangkut sejumlah 428,01 juta penumpang. Sedangkan *growth* (tingkat pertumbuhan) jumlah kenaikan penumpang kereta api dari tahun 2018 – 2019 sebesar 1,39%. Pertumbuhan jumlah penumpang dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa moda transportasi merupakan salah satu pilihan utama masyarakat.

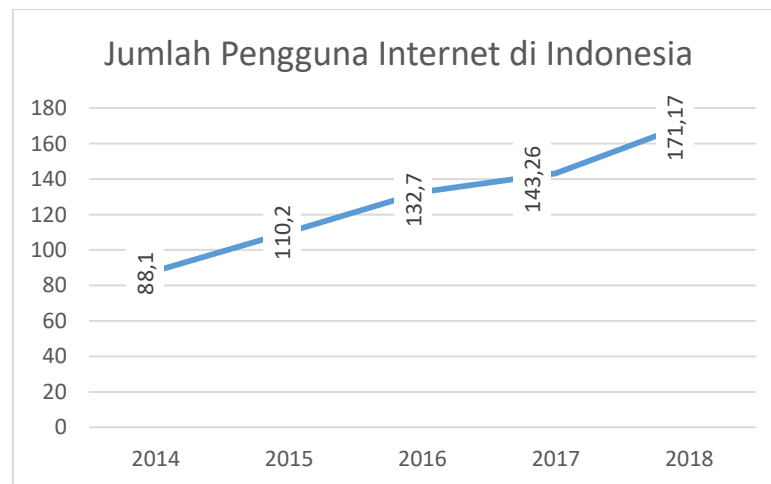
Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2016:125) Kualitas layanan (*service quality*) merupakan sebuah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Pada prinsipnya kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan sehingga jasa tersebut dapat memuaskan pelanggan. Kualitas Jasa yang baik biasanya akan dimulai dari pemenuhan kebutuhan pelanggan dan berakhir pada

kepuasan pelanggan. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan angkutan darat. Karena bergerak di bidang jasa, maka PT. Kereta Api Indonesia harus menjadikan pelayanan terhadap konsumen menjadi kunci utama untuk sebuah keberhasilan.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) terus berusaha mengevaluasi kualitas layanan yang sudah dijalkannya. Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan meningkatnya minat masyarakat terhadap kereta api kualitas pelayanan publik Kereta Api Indonesia kian dinilai tidak maksimal dalam melayani, baik pelayanan secara administrasi, teknik, fasilitas, dan juga keamanan. . Antrian di stasiun diketahui semakin lama semakin banyak dan membuat kerumunan di stasiun. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) akan lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang mengakomodasi kebutuhan transportasi masyarakat

Teknologi memiliki peranan yang penting untuk kehidupan manusia, dimana pengaruhnya bisa berdampak juga pada perilaku manusia. Ketergantungan pada teknologi juga sering dilihat seperti ketergantungan seseorang terhadap internet. Ada beberapa alasan mengapa teknologi internet begitu populer yaitu internet memiliki konektivitas dan jangkauan yang luas. Internet juga bersifat interaktif, fleksibel, dan mudah. Dengan kata lain segala kemudahan dalam melakukan aktifitas manusia yang kompleks dapat diberikan oleh teknologi internet.

Menurut siaran pers Kementerian Informasi dan Komunikasi Indonesia tahun 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia dapat dilihat pada gambar 1.4 sebagai berikut :



**GAMBAR 1.5**

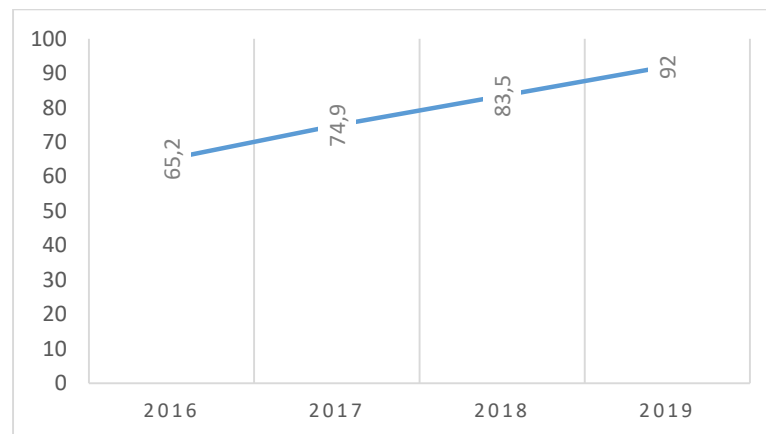
**Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Dalam Jutaan Orang)**

*Sumber : kominfo.go.id, 2020*

Gambar 1.5 menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya dengan mencapai 88,1 juta orang pada tahun 2014 yang menggunakan internet di Indonesia. Pada tahun 2015 mencapai 110,2 juta orang yang

menggunakan internet di Indonesia. Gambar 1.4 menunjukkan *growth* (tingkat pertumbuhan) jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun 2014-2015 sebesar 25,09%. Untuk tahun 2016, jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 132,7 juta orang. Sedangkan *growth* (Tingkat pertumbuhan) jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun 2015-2016 sebesar 20,42%. Pada tahun 2017 jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 143,26 juta orang. Sedangkan *growth* (tingkat pertumbuhan) jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun 2016-2017 sebesar 7,96%. Untuk tahun 2018, jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 171,17 juta orang. Sedangkan *growth* (tingkat pertumbuhan) jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun 2017-2018 sebesar 19,48%.

Menurut data emarketer.com jumlah pengguna internet *mobile phone* di Indonesia dapat dilihat pada gambar 1.5 sebagai berikut :



**GAMBAR 1.6**

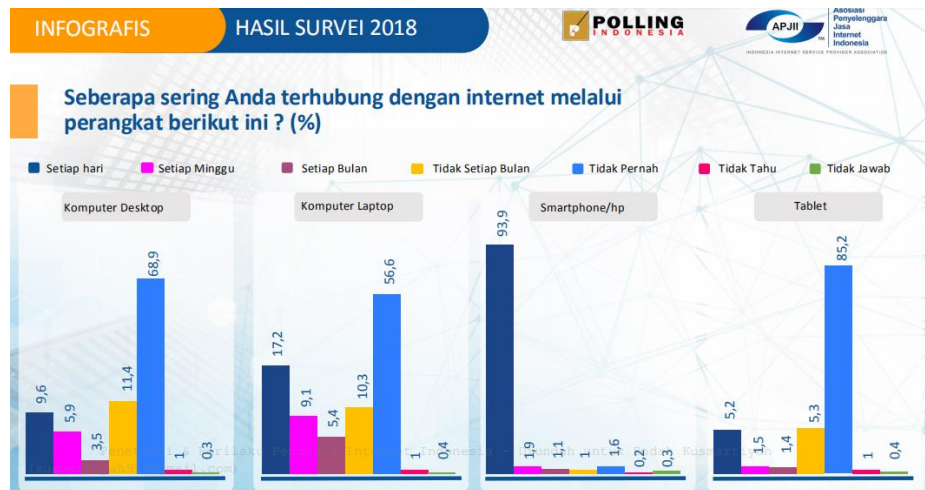
**Jumlah pengguna Internet *Mobile Phone* di Indonesia (Dalam Jutaan Orang)**

*Sumber* : emarketer.com , 2020

Gambar 1.6 menunjukkan bahwa pengguna internet *mobile phone* di Indonesia selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya dengan mencapai 65,2 juta orang pada tahun 2016 yang menggunakan internet *mobile phone* di Indonesia. Pengguna internet *mobile phone* akan terus meningkat setiap tahunnya, pada tahun 2017 mencapai 74,9 juta orang dan pada tahun 2018 mencapai 83,5 juta orang yang menggunakan internet *mobile phone* di Indonesia. Gambar 1.5 menunjukkan *growth* (tingkat pertumbuhan) jumlah pengguna internet *mobile phone* di Indonesia dari tahun 2017-2018 sebesar 11,38%. Untuk tahun 2019, jumlah pengguna internet *mobile phone* di Indonesia sebesar 92 juta orang. Sedangkan *growth* (tingkat pertumbuhan) jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun 2018-2019 sebesar 10,18%. 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.

Menurut hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Informasi Indonesia (APJII) persentase perangkat yang dipakai untuk mengakses internet di Indonesia dapat pada gambar 1.7 sebagai berikut :



**GAMBAR 1.7**

**Persentase Perangkat yang Dipakai Untuk Mengakses internet**

*Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020*

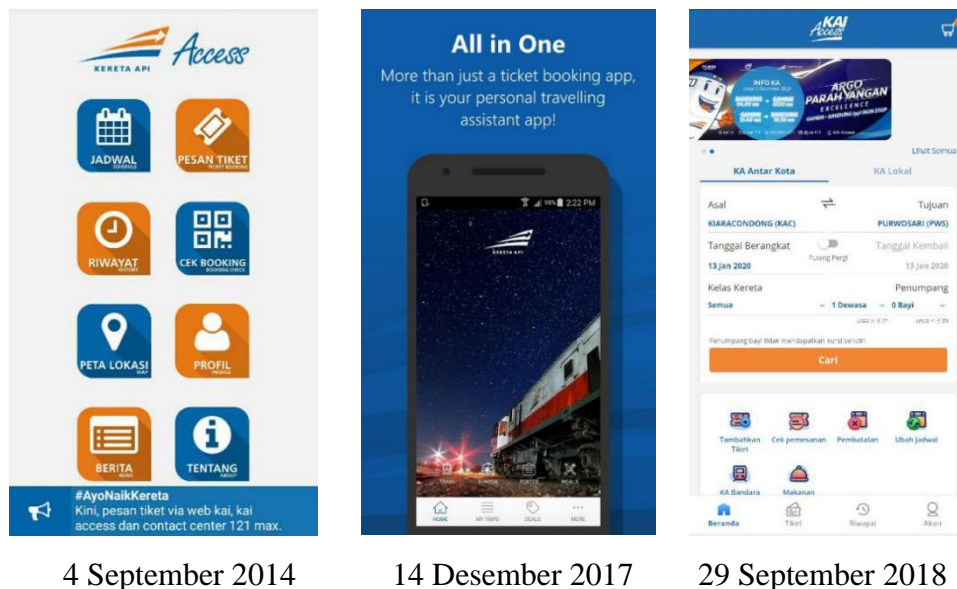
Gambar 1.7 menunjukkan bahwa persentase terbesar perangkat yang digunakan untuk mengakses internet di Indonesia setiap hari adalah *smartphone*/hp pribadi (*mobile phone*) yaitu sebesar 93,9%. Sedangkan untuk yang menggunakan komputer laptop pribadi untuk mengakses internet setiap hari hanya sebesar 17,2%.

Kualitas layanan *online* (*e-service quality*) adalah ilmu di bidang kualitas layanan (*service quality*) untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang digunakan oleh suatu perusahaan terhadap *e-commerce*. Menurut Kapur *et al* (2018:145) *E-service quality* juga digunakan untuk mengalaborasi interaksi dengan pelanggan yang lebih ramah, hal ini dinilai cara yang efisien untuk lebih meminimalisasi biaya. Konsumen akan merasa puas terhadap layanan yang diberikan perusahaan jika mereka merasakan kualitas layanan *online* yang mereka terima dapat memenuhi harapan.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya mengenai permasalahan layanan yang dihadapi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang sudah dijelaskan sebelumnya. PT. Kereta Api Indonesia mengatasi permasalahan kualitas pelayanan publik yaitu dengan memanfaatkan penggunaan internet sebagai solusinya. Dengan semakin bertambahnya jumlah pengguna internet *mobile phone* di Indonesia, PT. Kereta Api Indonesia melakukan peningkatan

kualitas pelayanan elektronik (*e-service quality*) dengan cara meluncurkan *official mobile application* yaitu KAI Access.

Kereta Api Indonesia Access (KAI Access) adalah aplikasi pemesanan tiket kereta api yang dikembangkan dan diterbitkan oleh PT Kereta Api Indonesia. KAI Access diluncurkan pada tanggal 4 September 2014. Dari awal beroperasinya kereta api, pemesanan tiket hanya bisa dilakukan secara *offline* yang artinya penumpang membeli tiket kereta api di loket stasiun. Kemudian pihak PT. Kereta Api Indonesia menilai bahwa harus ada pengevaluasian untuk mengurangi antrian di loket dengan cara menciptakan mesin tiket sehingga penumpang kereta api dapat tiket tanpa harus mengantri. Untuk lebih mengurangi antrian di loket, PT. Kereta Api Indonesia mengeluarkan aplikasi yang memadai untuk pemesanan tiket secara *online*. 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 pembelian tiket melalui aplikasi KAI Access juga dinilai efektif dan fleksibel karena bisa melalui ATM, *mBanking*, dan *channel* yang sudah bekerja sama dengan pihak PT. Kereta Api Indonesia.



**GAMBAR 1.8**

### Perkembangan Tampilan KAI Access

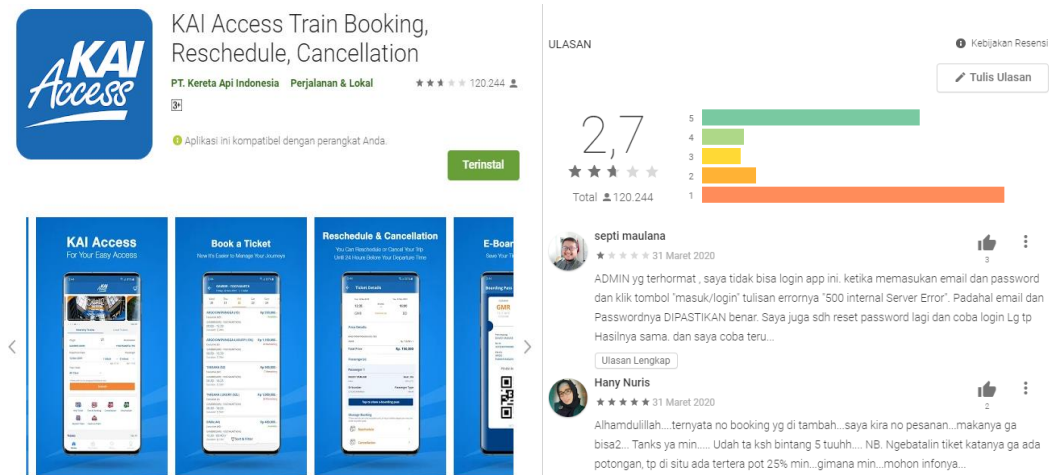
Sumber : <http://kai.id/> , 2020

Gambar 1.8 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dari segi tampilan fitur pada KAI Access. Dari segi fitur bisa dilihat bahwa KAI Access pada peluncuran pertama terlihat monoton, pada tampilan KAI Access kedua terlihat sudah baik namun terdapat beberapa fitur yang tidak terlihat. Sedangkan pada tampilan KAI Access terbaru sudah *user friendly*,

tampilan sangat efektif dan efisien serta mudah digunakan. Adapun menu yang terdapat pada aplikasi KAI Access yang baru adalah :

1. Pemesanan tiket secara online
2. Posisi kereta api *real time*
3. *E-boarding pass* : Fitur ini dapat digunakan / akan tampil 2 jam sebelum keberangkatan Kereta Api. Pengguna tidak perlu lagi mengantri hanya untuk mencetak boarding pass pada mesin CIC (*check in counter*). Cukup menunjukkan *e-boarding pass* pada *handphone* kepada petugas *boarding*. Fitur ini hanya dapat digunakan bagi pengguna aplikasi KAI Access.
4. *E-magazine* (majalah rel)
5. Riwayat pemesanan
6. informasi mengenai promo atau program-program dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero)
7. Pembatalan Tiket : *Customer* tidak perlu mengantri dan datang ke loket hanya untuk melakukan pembatalan tiket. Waktu tidak akan terbuang percuma. Semua bisa dilakukan dimanapun dan kapan pun. *Refund* langsung ditransfer ke rekening customer yang terdaftar 30 hari setelah proses pembatalan dilakukan. Fitur ini bisa digunakan oleh *customer* meskipun pembelian dilakukan di agent resmi PT KAI / *channel* eksternal, dengan catatan customer harus memiliki akun KAI Access yang sudah teregistrasi.
8. Ubah jadwal tiket : *Customer* tidak perlu bingung lagi dengan perencanaan perjalanan yang mendadak sehingga harus mengubah jadwal perjalanan. Cukup dengan aplikasi ini, semua bisa dilakukan. Tidak perlu bingung untuk mencari waktu ke loket; mencari jadwal tiket pengganti; dll. Cukup dengan “klik” *e-ticket* pada menu “*my trip*” kemudian pilih menu *reschedule* dan ikuti langkah selanjutnya. Fitur ini bisa digunakan oleh customer meskipun pembelian dilakukan di agen resmi PT KAI / *channel* eksternal, dengan catatan customer harus memiliki akun KAI Access yang sudah teregistrasi.
9. Pembelian tiket kereta api lokal : *Customer* tidak perlu lagi untuk mengantri di loket, pembelian Kereta Api Lokal bisa dilakukan 3 jam sebelum jadwal keberangkatan Kereta Api. Pembelian dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun tanpa harus terburu-buru / berdesakan di loket. Fitur ini hanya dapat digunakan bagi pengguna aplikasi KAI Access.

Dengan adanya perbaikan fitur dan tampilan dari *KAI Access*, banyak masyarakat yang berantusias mengunduh maupun membeli tiket melalui *KAI Access*, karena beberapa fitur yang tersedia di *KAI Access* tidak bisa ditemukan melalui aplikasi lain.



**GAMBAR 1.9**

### Penilaian aplikasi *KAI Access* melalui *Play Store*

*Sumber* : Data Olahan Penulis, 2020

Pada gambar 1.9 diatas menunjukkan bahwa sebanyak 120.244 orang telah memberi ulasan pada *Play Store* tentang pelayanan elektronik yang telah diberikan aplikasi *KAI Access*. Aplikasi *KAI Access* memiliki nilai 2,7 dari 5 bintang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa nilai untuk aplikasi *KAI Access* adalah cukup dan hampir setengah pengguna *KAI Access* yang memberikan *rating* yang kurang memuaskan pada aplikasi tersebut. Menurut data internal PT. Kereta Api Indonesia sudah 5 (lima) juta lebih orang yang telah mengunduh aplikasi *KAI Access*. Jumlah pengunduh aplikasi *KAI Access* diharapkan akan terus bertambah mengingat pembaruan aplikasi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan pada aplikasi *KAI Access* tersebut diharapkan mampu meningkatkan keputusan pembelian tiket Kereta Api melalui aplikasi *KAI Access*. Proses keputusan konsumen merupakan suatu kegiatan yang penting karena dalam proses tersebut memuat berbagai langkah yang terjadi secara berurutan sebelum konsumen mengambil keputusan. Firmansyah (2018:27) keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

Berdasarkan fenomena dan pemaparan yang telah diuraikan sebelumnya, penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai *E-Service Quality* yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam rangka meningkatkan Keputusan Pembelian dengan judul “**Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access Tahun 2020**”.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang penelitian diatas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *e-service quality* aplikasi KAI Access berdasarkan persepsi konsumen ?
2. Bagaimana keputusan pembelian yang dilakukan konsumen saat membeli tiket kereta api di aplikasi KAI Access ?
3. Seberapa besar pengaruh dari *e-service quality* terhadap keputusan pembelian keputusan pembelian tiket kereta api pada aplikasi KAI Access ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui tanggapan konsumen mengenai *e-service quality* aplikasi KAI Access
2. Mengetahui keputusan pembelian yang dilakukan konsumen pada saat pembelian tiket kereta api pada aplikasi KAI Access
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh dari *e-service quality* terhadap ketusan pembelian tiket kereta api pada aplikasi KAI Access.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan berguna untuk berbagai kepentingan, terutama yang berkaitan dengan *E-Service Quality* dan Keputusan Pembelian , dengan manfaat sebagai berikut :

#### **a. Kegunaan Penulis**

Dapat memahami dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan khususnya di bidang *e-commerce* di Kantor Pusat PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dan sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Diploma-III di *Telkom University*.

#### **b. Kegunaan Akademis**

Dapat dijadikan referensi tambahan bagi rekan-rekan mahasiswa yang berminat mempelajari dan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai *e-service quality* dan



keputusan pembelian atau mengenai permasalahan lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

c. Kegunaan Praktis

Dapat memberikan informasi dan bahan masukan kepada Kantor Pusat PT. Kereta Api Indonesia (Persero) mengenai pengaruh *E-Service Quality* terhadap keputusan pembelian pada Kantor Pusat PT. Kereta Api Indonesia (Persero) untuk dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil langkah-langkah perbaikan kebijakan dari *e-service quality* di masa yang akan datang dan penelitian ini digunakan sebagai bahan pertimbangan sampai sejauh mana teori-teori yang sudah dipelajari selama perkuliahan di terapkan secara nyata.

## 1.6 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi dengan beberapa masalah yang akan dibahas. Hal ini digunakan agar pembahasan dalam penelitian tidak terlalu luas dan dapat terarah. Adapun batasan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel yang menjadi fokus pembahasan pada penelitian ini adalah *E-Service Quality* dan Keputusan Pembelian tiket kereta api melalui aplikasi *KAI Access*.
2. Objek penelitian ini adalah masyarakat yang pernah membeli tiket kereta api menggunakan aplikasi *KAI Access*
3. Periode pelaksanaan penelitian ini mulai dari bulan Januari sampai dengan April tahun 2020.

## 1.7 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

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 pemasaran, teori manajemen pemasaran, teori bauran pemasaran, teori jasa teori karakteristik jasa, teori

*service quality*, teori *e-service quality*, kriteria *e-service quality* dan teori keputusan pembelian. Adapun hal-hal yang harus di lengkapi seperti kerangka penelitian, hipotesis penelitian, dan penelitian terdahulu sebagai acuan yang digunakan dalam penelitian ini.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas analisis jenis penelitian yang digunakan, variable operasional, skala pengukuran, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas, korelasi, reliabilitas dan normalitas, serta 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 dan saran akhir penulisan serta saran-saran untuk objek penelitian ataupun pihak-pihak terkait lainnya.