

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Umum Perusahaan



**Gambar 1.1**  
**Logo Perusahaan**

*Sumber : kai.id/corporate, 2020*

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang selanjutnya disingkat sebagai KAI atau “Perseroan” adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang menyediakan, mengatur, dan mengurus jasa angkutan kereta api di Indonesia.

Namun, seiring dengan dinamika dunia usaha dan berkembangnya tuntutan pasar, saat ini KAI juga menyelenggarakan kegiatan usaha penunjang lainnya dengan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya. Diantaranya adalah pengelolaan properti yang terkait dengan jasa kereta api, pariwisata berbasis kereta api, restoran di kereta api (*on train services*) dan di stasiun, termasuk jasa katering dan distribusi logistik.

Kegiatan usaha PT. Kereta Api Indonesia (Persero) bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri transportasi perkereta apian. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melingkupi *legacy* yang sudah ada sebelumnya. (*Sumber: https://kai.id*)

Saat ini PT. Kereta Api Indonesia (Persero) mengelola 3 portofolio bisnis yang melayani tiga segmen konsumen, yaitu korporat/instansi, perorangan dan segmen konsumen lainnya.

Berikut penjelasan portofolio produk jasa PT. Kereta Api Indonesia (Persero):

1. Angkutan Penumpang

Transportasi penumpang menggunakan kereta, yang termasuk transportasi rute jarak jauh, jarak menengah dan jarak pendek. Untuk jarak jauh layanan transportasi penumpang dibagi menjadi kelas eksekutif, bisnis dan ekonomi.



**Gambar 1.2**

**Kereta Angkutan Penumpang**

*Sumber : bisnis.tempo.co, 2020*

2. Angkutan Barang

Angkutan KA Barang terdiri dari angkutan batubara dan angkutan lainnya seperti angkutan semen, BBM, peti kemas, curah dan perkebunan, general cargo dan BHP.



**Gambar 1.3**

**Kereta Angkutan Barang**

*Sumber : flickr.com, 2020*

### 3. Non Angkutan

KAI terus menggali potensi pengembangan bisnis di segmen non-angkutan melalui optimalisasi nilai tambah aset. Aset perusahaan seperti tanah, bangunan dan aset lainnya dikomersialkan untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. Bentuk-bentuk pengusahaannya seperti mengembangkan kawasan bisnis terpadu dengan konsep *transit oriented development* (TOD) di stasiun dan persewaan tanah untuk Tower, Stockpile, Container Yard, Pipa, Fiber Optic, Toko, Hotel, Kantor, Rumah, Space reklame, dll. Rumah perusahaan juga disewakan untuk dijadikan Toko, Hotel, Kantor, Rumah, Periklanan, dll.



**Gambar 1.4**

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

*Sumber : antarafoto.com, 2020*

Saat ini PT. Kereta Api Indonesia (Persero) juga mengelola 6 portofolio anak perusahaan yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat/instansi, properti, perorangan dan segmen konsumen lainnya.

Berikut penjelasan portofolio Anak Perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero):

#### 1. PT. Reska Multi Usaha

PT. Reska Multi Usaha atau disebut Reska, merupakan salah satu anak perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang berdiri pada 2003, mempunyai tujuan melaksanakan dan menunjang kebijakan dan program PT. Kereta Api Indonesia (Persero) selaku perusahaan induk khususnya usaha restoran kereta api serta usaha lainnya. Bidang usaha pelayanan diatas kereta api meliputi, service on train (SOT), perparkiran, restorasi, Loko Cafe, Loko Kiosk, dan Cathering.



**Gambar 1.5**

**PT. Reska Multi Usaha**

*Sumber : reska.co.id, 2020*

2. PT. Railink

PT Railink merupakan anak perusahaan dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dan PT. Angkasa Pura II yang menghadirkan sebuah layanan transportasi publik berbasis “railway” bernama Kereta Api Bandara. Semenjak merajut tekad pada 28 September 2006, PT. Railink berhasil mengoperasikan KA Bandara Kualanamu sebagai KA Bandara pertama di Indonesia pada 25 Juli 2013. Kehadirannya telah mendongkrak rating Bandara Kualanamu di mata Internasional berupa Sertifikasi Bintang 4 berdasarkan penilaian lembaga rating Skytrack pada 2014. Setelah Bandara Kualanamu bertumbuh, PT. Railink siap menghadirkan KA Bandara baru di Ibu Kota Negara yaitu KA Bandara Soekarno-Hatta (BSH).



**Gambar 1.6**

**PT. Railink**

*Sumber : twitter.com/railinkars, 2020*

3. PT. Kereta Commuter Indonesia

PT. KAI Commuter Jabodetabek sejak tanggal 19 September 2017 telah berganti nama menjadi PT. Kereta Commuter Indonesia adalah salah satu anak perusahaan di lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang mengelola KA Commuter Jabodetabek dan sekitarnya. KCJ dibentuk sesuai dengan Inpres No. 5 tahun 2008 dan Surat Menteri Negara BUMN No. S-653/MBU/2008 tanggal 12 Agustus 2008. Perubahan nama menjadi KCI tertuang dalam risalah Rapat Umum Pemegang Saham pada tanggal 7 September 2017 yang juga telah mendapat persetujuan Menteri Hukum dan HAM Republik Indonesia atas Perubahan Anggaran Dasar Perseroan Terbatas dengan Nomor Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No.AHU-0019228.AH.01.02.Tahun 2017 tanggal 19 September 2019.



**Gambar 1.7**

**PT. Kereta Commuter Indonesia**

*Sumber : id.wikipedia.org, 2020*

4. PT. KA Pariwisata

Didirikan pada tahun 2009, PT. Kereta Api Pariwisata (INDORAILTOUR) diakui sebagai salah satu pelopor pariwisata berbasis kereta api di Indonesia dan merupakan organisasi mapan dalam industri pariwisata di Indonesia. Produk jasa/layanan yang PT. KA Pariwisata tawarkan meliputi paket-paket wisata menggunakan kereta api sebagai transportasi utama didukung dengan angkutan lanjutan, serta layanan penunjangnya.



**Gambar 1.8**

**PT. KA Pariwisata**

*Sumber : twitter.com/kawisata, 2020*

5. PT. Kereta Api Logistik

PT. KERETA API LOGISTIK (KALOG) adalah perusahaan dibawah induk PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dengan bidang layanan distribusi logistik berbasis kereta api (KA), dengan cakupan bisnis “door to door” (DTD) service untuk memberikan pelayanan yang parnipurna bagi Pelanggan kereta api yang didukung dengan angkutan pra dan purna serta layanan penunjangnya, meliputi pengelolaan Terminal Peti Kemas (TPK), bongkar muat, pergudangan, pengepakan, pelabelan, pengangkutan, penjejakan, pengawalan logistik serta manajemen logistik dengan menerapkan prinsip-prinsip perseroan terbatas.



**Gambar 1.9**

**PT. Kereta Api Logistik**

*Sumber : kalogistics.co.id, 2020*

6. PT. KA Properti Manajemen

PT. KA Properti Manajemen atau KAPM adalah salah satu anak usaha PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang didirikan pada tahun 2009 memiliki usaha inti di bidang properti dengan tujuan untuk memaksimalkan pengelolaan aset dan properti milik PT. Kereta Api Indonesia (Persero) maupun pihak lainnya guna memenuhi standar mutu terbaik dengan menerapkan prinsip-prinsip Perseroan Terbatas. Selain usaha inti tersebut, KAPM juga memiliki usaha lainnya seperti Konstruksi dan Trading.



**Gambar 2.0**  
**PT. KA Properti Manajemen**

*Sumber : kapm.co.id, 2020*

### 1.1.2 Sejarah Singkat PT. Kereta Api Indonesia (Persero)



**Gambar 2.1**  
**Sejarah Awal Kereta Api**

*Sumber : <https://kai.id>. 2020*

Sejarah perkeretaapian di Indonesia dimulai ketika pencangkulan pertama jalur kereta api Semarang-Solo-Yogyakarta di Desa Kemijen tanggal 17 Juni 1864 oleh Gubernur Jendral Hindia Belanda Mr. L.A.J Baron Sloet van de Beele. Pembangunan dilaksanakan oleh

perusahaan swasta Nederlandsch Indische Spoorweg Maatschappij (NISM) menggunakan lebar sepur 1435 mm. Sementara itu, pemerintah Hindia Belanda membangun jalur kereta api negara melalui Staatssporwegen (SS) pada tanggal 8 April 1875. Keberhasilan NISM dan SS mendorong investor swasta membangun jalur kereta api seperti SJS, SCS, SDS, OJS, Ps.SM, KSM, Pb.SM, MSM, MS, Mad. SM, dan DSM. Selain di Jawa, pembangunan jalur kereta api dilaksanakan di Aceh (1876), Sumatera Utara (1889), Sumatera Barat (1891), Sumatera Selatan (1914), dan Sulawesi (1922). Sementara itu di Kalimantan, Bali, dan Lombok hanya dilakukan studi mengenai kemungkinan pemasangan jalan rel, belum sampai tahap pembangunan. Sampai akhir tahun 1928, panjang jalan kereta api dan trem di Indonesia mencapai 7.464 km dengan perincian rel milik pemerintah sepanjang 4.089 km dan swasta sepanjang 3.375 km (*Sumber: <https://kai.id>, 2020*).

Pada tahun 1942 Pemerintah Hindia Belanda menyerah tanpa syarat kepada Jepang. Semenjak itu, perkeretaapian Indonesia diambil alih Jepang dan berubah nama menjadi Rikuyu Sokyuku (Dinas Kereta Api). Selama penguasaan Jepang, operasional kereta api hanya diutamakan untuk kepentingan perang. Salah satu pembangunan di era Jepang adalah lintas Saketi-Bayah dan Muaro-Pekanbaru untuk pengangkutan hasil tambang batu bara guna menjalankan mesin-mesin perang mereka. Namun, Jepang juga melakukan pembongkaran rel sepanjang 473 km yang diangkut ke Burma untuk pembangunan kereta api disana. Setelah Indonesia memproklamasikan kemerdekaan pada tanggal 17 Agustus 1945, beberapa hari kemudian dilakukan pengambilalihan stasiun dan kantor kereta api yang dikuasai Jepang. Puncaknya adalah pengambil alihan Kantor Pusat Kereta Api Bandung tanggal 28 September 1945 (kini diperingati sebagai Hari Kereta Api Indonesia). Hal ini sekaligus menandai berdirinya Djawatan Kereta Api Indonesia Republik Indonesia (DKARI). Ketika Belanda kembali ke Indonesia tahun 1946, Belanda membentuk kembali perkeretaapian di Indonesia bernama Staatssporwegen/Verenigde Spoorwegbedrijf (SS/VS), gabungan SS dan seluruh perusahaan kereta api swasta (kecuali DSM) (*Sumber: <https://kai.id>, 2020*).

Berdasarkan perjanjian damai Konfrensi Meja Bundar (KMB) Desember 1949, dilaksanakan pengambilalihan aset-aset milik pemerintah Hindia Belanda. Pengalihan dalam bentuk penggabungan antara DKARI dan SS/VS menjadi Djawatan Kereta Api (DKA) tahun 1950. Pada tahun 1963 DKA berganti menjadi Perusahaan Negara Kereta Api (PNKA). Selanjutnya pemerintah mengubah struktur PNKA menjadi Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA) tahun 1971. Dalam rangka meningkatkan pelayanan jasa angkutan, PJKA berubah bentuk menjadi Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka) tahun 1991. Perumka berubah menjadi Perseroan Terbatas, PT Kereta Api (Persero) tahun 1998. Pada tahun 2011 nama



perusahaan PT Kereta Api (Persero) berubah menjadi PT Kereta Api Indonesia (Persero) dengan meluncurkan logo baru.

**Tabel 1.1**  
**Jejak Langkah Kereta Api di Indonesia**

Tahun	Jejak Langkah/ <i>Milestone</i>
1864	Namlooze Venoooschap Nenderlandsch Indische Spoorweg Maatschappij (NV NISM) membuka jalur kereta api Semarang-Surakarta.
1880	Verenigde Spoorwegenbedrijf mengembangkan jalur kereta api di Pulau Jawa, Deli Spoorwegen Maatschappij membangun jaringan kereta api di Sumatera, dan Staat Spoorwegen mengembangkan transportasi kereta api di Batavia.
1924	Staat Spoorwegen mengoperasikan kereta listrik rute Tanjung Priok-Meester Cornelis (Jatinegara) di Batavia, dilanjutkan dengan rute Batavia-Zootenberg (Bogor).
1945	Pekerja yang tergabung dalam Angkatan Moeda Kereta Api (AMKA) mengambil alih perusahaan dari penguasa Jepang.
1963	Pembentukan Perusahaan Negara Kereta Api (PNKA).
1971	PNKA berganti menjadi Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA).
1991	PJKA berubah status menjadi Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka).
1997	Perumka meluncurkan Kereta Api Argo Bromo Anggrek yang menandai pengoperasian kereta api kelas eksekutif.
1998	Perumka berganti status menjadi PT Kereta Api Indonesia (Persero).
2009	Transformasi menuju perusahaan jasa (service company) ditandai dengan pembentukan Divisi Komersial.
2011	Peluncuran logo baru sebagai perwujudan tekad baru Perseroan untuk menjadi organisasi yang profesional dan modern

2012	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 Maret 2012 - Pemberlakuan sistem pemesanan tiket H-90 untuk kereta api komersial melalui Contact Center 121, agen tiket dan stasiun online, Railcard, serta jaringan internet.</li> <li>• Pemberlakuan secara permanen sistem boarding pass di stasiun.</li> </ul>
2013	Pemberlakuan sistem e-ticketing kereta commuter line.
2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presiden RI Susilo Bambang Yudhoyono meresmikan KA Bandara pertama di Indonesia di Bandara Kualanamu, Sumatera Utara.</li> <li>• Peluncuran Aplikasi KAI Access.</li> </ul>
2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Februari 2016 - Penerapan Sistem Check-in &amp; Boarding Pass.</li> <li>• Juni 2016 - Pengoperasian Stasiun JICT, Tanjung Priok</li> </ul>
2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>• November - KAI Resmi mencatatkan penerbitan Obligasi I PT Kereta Api Indonesia Tahun 2017 senilai Rp2 triliun di Bursa Efek Indonesia.</li> <li>• Desember - KAI melakukan uji coba pengoperasian berpenumpang KA Bandara Soekarno-Hatta dengan tarif khusus.</li> </ul>
2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mei - KAI meluncurkan KA Bandara Minangkabau</li> <li>• Juni - Peluncuran KA Luxury Class Sleeper Train</li> <li>• Agustus - Pengoperasian LRT pertama di Indonesia, LRT Sumatera Selatan</li> </ul>

*Jejak Langkah/Milestone Kereta Api di Indonesia*

*Sumber : <https://kai.id>, 2020*

### **1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan**

Seiring dengan perkembangan transportasi, teknologi digital dan transformasi perusahaan, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki visi dan misi baru yang diberlakukan sejak 2020, yaitu:

#### **a. Visi**

Menjadi solusi ekosistem transportasi terbaik untuk Indonesia

## b. Misi

1. Untuk menyediakan sistem transportasi yang aman, efisien, berbasis digital, dan berkembang pesat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. Untuk mengembangkan solusi transportasi massal yang terintegrasi melalui investasi dalam sumber daya manusia, infrastruktur, dan teknologi.
3. Untuk memajukan pembangunan nasional melalui kemitraan dengan para pemangku kepentingan, termasuk memprakarsai dan melaksanakan pengembangan infrastruktur-infrastruktur penting terkait transportasi (Sumber: <https://kai.id>, 2020).

### 1.1.4 Makna Logo



Anak panah melambangkan nilai integritas, yang harus dimiliki insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mewujudkan pelayanan prima (Sumber: <https://kai.id>, 2020).

Garis melengkung melambangkan gerakan yang dinamis PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mencapai visi dan misinya (Sumber: <https://kai.id>, 2020).

**Warna 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 terkecil sehingga dapat melesat (Sumber: <https://kai.id>, 2020).

**Warna jingga** melambangkan proses pelayanan prima (kepuasan pelanggan) yang ditujukan kepada pelanggan internal dan eksternal (Sumber: <https://kai.id>, 2020).

### 1.1.5 Budaya Perusahaan



**Gambar 2.2**

***Corporate Culture***

*Sumber : <https://kai.id>, 2020*

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki *corporate culture* sebagaimana tercantum dalam 5 nilai utama perusahaan, yaitu:

1. **Integritas** : 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** : Memiliki kemampuan dan penguasaan dalam bidang pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan, mampu menguasai untuk menggunakan,

mengembangkan, dan membagikan pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan kepada orang lain.

3. **Keselamatan** : Memiliki sifat tanpa kompromi dan konsisten dalam menjalankan atau menciptakan sistem atau proses kerja yang mempunyai potensi risiko yang rendah terhadap terjadinya kecelakaan dan menjaga aset perusahaan dari kemungkinan terjadinya kerugian.
4. **Inovasi** : Selalu menumbuhkembangkan gagasan baru, melakukan tindakan perbaikan yang berkelanjutan, dan menciptakan lingkungan kondusif untuk berkreasi sehingga memberikan nilai tambah bagi pemangku kepentingan.
5. **Pelayanan Prima** : Memberikan pelayanan terbaik 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: <https://kai.id>, 2020).

## 1.2 Latar Belakang

Pada era Globalisasi saat ini, segala sesuatu menjadi lebih mudah dan terintegrasi. Anthony Giddens dalam bukunya *The Consequences of Modernity*, Anthony Giddens menyatakan bahwa Globalisasi dapat diartikan sebagai intensifikasi hubungan sosial dunia yang menghubungkan tempat-tempat jauh sehingga peristiwa di suatu tempat dapat dipengaruhi oleh peristiwa yang terjadi di tempat lain sekian kilometer jauhnya dan sebaliknya. Dengan adanya Globalisasi segala hal menjadi lebih terkumpul atau terintegrasi, pada Jurnal Kajian Lemhannas RI (Jurnal 32, 2017:6) globalisasi juga memiliki hubungan dengan peningkatan keterkaitan dan ketergantungan antarbangsa dan antarmanusia di seluruh dunia melalui perdagangan, investasi, perjalanan, budaya populer, dan bentuk-bentuk interaksi lainnya, sehingga batas-batas suatu negara menjadi semakin sempit. Menurut IMF (*International Monetary Fund*) (IMF, World Economic Outlook, Mei 1997) Globalisasi adalah meningkatnya sebuah saling ketergantungan ekonomi antar negara dengan ditandai adanya peningkatan serta beragamnya volume transaksi barang maupun jasa lintas negara dan juga penyebaran teknologi dan informasi yang sangat luas dengan cepat. Proses Integrasi yang terjadi berkat pertukaran pandangan dunia (ideologi), produk (bisnis), pemikiran, atau aspek budaya lainnya. Kemajuan sarana transportasi, telekomunikasi, dan internet,

merupakan faktor pendorong utama globalisasi interdependensi ekonomi dan budaya. (Sumber: *kompas.com*)

Dalam era globalisasi, transportasi merupakan salah satu komponen penting bagi keberlangsungan aktivitas/kegiatan manusia. Transportasi nasional memiliki peranan penting dalam mendukung pembangunan nasional. Transportasi sangat dibutuhkan untuk menjamin terselenggaranya mobilitas penduduk maupun barang. Sebagai bagian dari globalisasi ekonomi, transportasi memiliki fungsi yang sangat penting dalam pembangunan nasional. Indonesia merupakan negara kepulauan dimana sektor transportasi dirancang untuk tiga tujuan yaitu: mendukung gerak perekonomian, stabilitas nasional dan juga mengurangi ketimpangan pembangunan antar wilayah dengan memperluas jangkauan arus distribusi barang dan jasa ke seluruh pelosok nusantara. Di Indonesia terdapat 3 jenis moda transportasi yaitu : darat, laut dan udara. Akan tetapi jika transportasi pada suatu negara sudah terlalu banyak, maka dampak yang akan ditimbulkan dari banyaknya transportasi yaitu kualitas udara pada suatu negara. Di Indonesia sendiri jumlah transportasi khususnya transportasi darat (kendaraan bermotor) sudah mencapai angka 146.858.759 pada tahun 2018 (Sumber: *bps.go.id, 2020*). Dari jumlah total kendaraan bermotor, kendaraan roda dua masih memimpin dengan jumlah terbanyak dengan angka 120.101.047 unit kendaraan roda dua (Sumber: *bps.go.id, 2020*). Dengan banyaknya jumlah kendaraan bermotor menimbulkan dampak pada kualitas udara di suatu daerah. Kualitas udara pada suatu wilayah memiliki beberapa klasifikasi berdasarkan konsentrasi partikulat ( $PM_{10}$ ), partikulat merupakan partikel udara yang berukuran lebih kecil dari 10 mikron (mikrometer). Kualitas udara memiliki nilai ambang batas (NAB) yang menjadi tolak ukur sehat atau tidaknya kualitas udara pada suatu wilayah, BMKG menetapkan Nilai ambang batas  $PM_{10}$  pada angka  $150 \mu\text{gram}/\text{m}^3$ . BMKG sendiri sudah mengklasifikasikan Kualitas udara berdasarkan  $PM_{10}$  :



**Gambar 2.3**

**Klasifikasi kualitas udara oleh BMKG**

(Sumber : *bmkgo.id*)

Di Indonesia sendiri memiliki beragam tingkat kualitas udara pada masing-masing wilayah, tingkat kualitas udara terekstrim dengan kadar partikulat menyentuh angka 500  $\mu\text{gram}/\text{m}^3$  dengan klasifikasi berbahaya yaitu pada kota Banjarmasin (*Sumber: iku.menlhk.go.id*), selain Banjarmasin, wilayah lain yang memiliki kadar partikulat tinggi yaitu pada kota Bekasi dengan kadar partikulat menyentuh angka 211  $\mu\text{gram}/\text{m}^3$  (*Sumber: iku.menlhk.go.id*) dan kota Semarang dengan kadar partikulat menyentuh angka 240  $\mu\text{gram}/\text{m}^3$  (*Sumber: iku.menlhk.go.id*). Hal ini harus diperhatikan oleh pemerintah dan seluruh elemen masyarakat agar kualitas udara di Indonesia dapat menjadi lebih sehat dengan angka dibawah nilai ambang batas. Dalam hal ini selain pemerintah, masyarakat pun harus mulai sadar akan polusi udara salah satunya yang disebabkan oleh kendaraan bermotor. Saat ini masih banyak ditemui masyarakat masih menggunakan kendaraan pribadi dibandingkan menggunakan transportasi umum, padahal jika masyarakat menggunakan transportasi umum untuk bepergian, maka akan dapat mengurangi tingkat polusi udara dan meningkatkan kualitas udara di Indonesia. Pemerintah dalam hal ini sudah menyediakan transportasi umum yang nyaman yang dapat digunakan oleh masyarakat, salah satunya yaitu Kereta Api.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai salah satu BUMN di bidang transportasi, telah menyediakan Kereta Api yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk bepergian. Dalam Pemesanan tiket kereta api dibagi menjadi 3 cara yaitu pemesanan tiket melalui loket pada stasiun, pemesanan tiket melalui aplikasi KAI Access, dan pemesanan tiket melalui aplikasi eksternal seperti traveloka dan lain sebagainya. Untuk pemesanan tiket melalui loket, tiket keberangkatan perlu dicetak melalui mesin pencetak tiket. Untuk pemesanan tiket melalui Platform/Aplikasi online seperti traveloka dll, tiket masih perlu dicetak di tempat mesin pencetak tiket. Untuk Pemesanan tiket melalui Aplikasi KAI Access, PT. KAI menyediakan kemudahan yaitu tiket tidak perlu dicetak, konsumen hanya perlu men-scan barcode melalui *e-boarding pass* sehingga tidak menyita banyak waktu. Sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), PT. KAI (Persero) saat ini telah melakukan upaya-upaya untuk ikut serta sebagai Perusahaan yang mendukung *go-green*. PT. KAI (Persero) sendiri memiliki strategi penghijauan atau pemasaran hijau (*green marketing*), selain untuk berperan serta dalam menghijaukan atau memperbaiki kualitas udara dengan cara meluncurkan aplikasi online KAI Access yang tanpa perlu mencetak tiket dalam pembeliannya dan penggunaan bahan bakar B20 yang ramah lingkungan, strategi penghijauan ini juga menjadikan KAI mengeluarkan biaya operasional yang lebih kecil dibandingkan sebelumnya.

Dalam upaya menjangkau pasar yang lebih luas, KAI meluncurkan Aplikasi Pemesanan Online dengan nama KAI Access pada tahun 2014. Data pengguna Internet di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya, pada tahun 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 107,2 juta pengguna (*Sumber: databoks.katadata.co.id*), hal ini merupakan suatu peluang yang sangat besar jika dibiarkan begitu saja. Dengan Peluncuran KAI Access pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2020, PT. KAI (Persero) telah menjangkau pasar yang lebih luas dan dilain sisi lebih menghemat budget operasional pencetakan tiket, hal ini didukung dengan data pengguna KAI Acces pada tahun 2019 mencapai 3,8 juta akun (*Sumber: ekbis.sindonews.com*). Data ini diperkuat oleh pernyataan salah satu Manajer E-Commerce Business Development PT. KAI (Persero), yang menyatakan bahwa pertumbuhan pengguna KAI Access sangat pesat, terutama setelah pemesanan kereta api lokal harus menggunakan aplikasi KAI Access. “Sekitar 2 juta akun adalah pengguna aktif”, ujar Riko Oktora selaku Manajer E-Commerce Business Development. Terlebih lagi moda transportasi kereta api semakin tahunnya menunjukkan kenaikan jumlah penumpang, hal ini didukung dengan data pada Jurnal Katalog BPS RI (Jurnal Statistik Transportasi Darat, 2018:38) dengan jumlah penumpang KAI pada tahun 2018 mencapai 422,2 juta penumpang. Lonjakan penumpang kereta api terjadi pada saat arus mudik lebaran dan Nataru (Natal dan tahun baru). Pada saat arus mudik lebaran tahun 2019, KAI mengangkut 6,8 juta penumpang (*Sumber: news.detik.com*). Sedangkan pada libur Natal 2019 dan Tahun baru 2020 (Nataru) menurut catatan KAI, sepanjang 19 Desember 2019 hingga 5 Januari 2020 jumlah penumpang kereta mencapai 5,96 juta penumpang (*Sumber: bisnis.tempo.co*).

Dengan berbagai pilihan kelas kereta dengan harga yang beragam serta cara pemesanan yang mudah, membuat konsumen memiliki preferensi sendiri dalam melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan proses yang tidak bisa dilepaskan dari sifat-sifat keterlibatan konsumen dengan produk. Keputusan pembelian sendiri menurut teori yang dikemukakan oleh Kotler & Amstron (2015), menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Berdasarkan teori mengenai keputusan pembelian tersebut, terdapat berbagai faktor yang melatarbelakangi sebuah perilaku konsumen dalam keputusan pembelian suatu produk maupun jasa. Melihat begitu pentingnya mengetahui perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian pada suatu produk/jasa, maka atas dasar fenomena tersebut, judul yang dimunculkan untuk Laporan Tugas Akhir ini adalah **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api**



**di Kota Cirebon”, (Studi pada konsumen PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 3 Cirebon).**

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan fenomena pada latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Berapa besar nilai dari masing-masing faktor yang terbentuk?
2. Faktor apakah yang memiliki pengaruh paling dominan dalam keputusan pembelian tiket kereta api di Kota Cirebon?
3. Faktor apakah yang memiliki pengaruh paling rendah dalam keputusan pembelian tiket kereta api di Kota Cirebon?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui besaran nilai dari masing-masing faktor yang terbentuk
2. Untuk menganalisis faktor apakah yang memiliki pengaruh paling dominan dalam keputusan pembelian tiket kereta api di Kota Cirebon
3. Untuk menganalisis faktor apakah yang memiliki pengaruh paling rendah dalam keputusan pembelian tiket kereta api di Kota Cirebon

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. Serta menjadi referensi tambahan kepada yang akan melakukan penelitian dibidang yang berkaitan dengan topik yang terkait.

#### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai bahan masukan dan tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan sehingga dapat dikaji dan digunakan dalam menentukan kebijakan serta sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dan apa yang diinginkan oleh konsumen.

## **1.6 Sistematika Penulisan Laporan Akhir**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah sistematika penulisan laporan akhir yang berisikan tentang penjelasan sebagai berikut :

### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian secara teoritis dan praktis, dan sistematika penulisan.

### **2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini terdiri dari teori, kerangka penelitian teoritis, dan hipotesis penelitian.

### **3. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

### **4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini terdiri dari deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil penelitian.

### **5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab akhir ini dipaparkan kesimpulan dan hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran yang ingin disampaikan terhadap perusahaan yang dijadikan objek observasi.