

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Kereta api merupakan sarana transportasi darat yang sekarang mendapatkan banyak perhatian dari masyarakat. Kereta api merupakan sarana yang dapat mengangkut banyak penumpang dalam sekali perjalanan. Sarana transportasi ini dirasa lebih cepat sampai tujuan dan juga terbebas dari kemacetan. Hal ini merupakan kelebihan kereta api dari pada transportasi darat lainnya. Indonesia merupakan daerah jajahan dari belanda Berdasarkan hal inilah dibangunlah sarana perkeretaapian oleh Kolonel Jhr. Van Der Wijk, beliau adalah seorang militer Belanda yang menjadi orang pertama yang menggagaskan pembangunan jaringan jalan kereta api pertama pada tanggal 15 Agustus 1840, tujuannya agar dapat mengangkut hasil bumi serta bermanfaat bagi kepentingan pertahanan pada waktu itu. Belanda memang memiliki pandangan jauh ke depan soal masa depan transportasi Indonesia.

TABEL 1. 1

RINGKASAN SEJARAH PERUSAHAAN PERKERETA APIAN INDONESIA

Periode	Perusahaan	Dasar Hukum
1864 - 1864	Nederlansch Indische Spoorweg Maatschappij (NISM)	-
1864 - 1864	Staatssporwegen (SS)	-
1864 - 1864	Semarang Joana Stoomtram Maatschappij (SJS)	-
1864 - 1864	Semarang Cheribon Stoomtram Maatschappij (SCS)	-

Periode	Perusahaan	Dasar Hukum
1864 - 1864	Madoera Stoomtram Maatschappij (Mad.SM)	-
1864 - 1864	Malang Stoomtram Maatschappij (MS)	-
1864 - 1864	Modjokerto Stoomtram Maatschappij (MSM)	-
1864 - 1864	Probolinggo Stoomtram Maatschappij (Pb.SM)	-
1864 - 1864	Kediri Stoomtram Maatschappij (KSM)	-
1864 - 1864	Pasoeroean Stoomtram Maatschappij (Ps.SM)	-
1864 - 1864	Oost Java Stoomtram Maatschappij (OJS)	-
1864 - 1864	Serajoedal Stoomtram Maatschappij (SDS)	-
1864 - 1942	Deli Spoorweg Maatschappij (DSM)	-
1942 - 1945	Rikuyu Sokyoku (Dinas Kereta Api)	-
1945 - 1950	Djawatan Kereta Api Republik Indonesia (DKARI)	Maklumat Kementerian Perhubungan No. 1/KA Tahun 1946

Periode	Perusahaan	Dasar Hukum
1950 - 1963A	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

Sumber: Kai.id diakses pada tanggal 24 November 2020

1.1.2 Produk atau Layanan

Berikut ini jasa layanan PT. KAI meliputi 3 bidang yaitu sebagai berikut :

a. Layanan Penumpang

Sebagai perusahaan yang mengelola perkereta-apian di Indonesia, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) telah banyak mengoperasikan KA penumpangnya, baik KA Utama (Komersil dan Non Komersil), maupun KA Lokal di Jawa dan Sumatera, yang terdiri dari:

- 1) KA Eksekutif
- 2) KA Ekonomi AC
- 3) KA Bisnis
- 4) KRL

b. Layanan Angkutan Barang

Komoditi yang dapat dilayani pada angkutan barang diantaranya:

- 1) Petikemas, seperti: paletisasi, standard containers.
- 2) Barang curah liquid, seperti: BBM.
- 3) Barang curah, seperti: batubara, pasir, semen, gula pasir.
- 4) Barang retail, seperti: barang elektronik.
- 5) Barang packaging, seperti: semen, pupuk, gula pasir, beras

c. **Pengusahaan Aset**

Untuk melakukan sewa asset PT. Kereta Api Indonesia (Persero) mengikuti prosedur sewa sebagai berikut:

- 1) Asset yang dapat disewa terdiri dari aset railway dan aset nonrailway.
- 2) Mengajukan permohonan sewa ke manager komersial di daerah operasi terdekat.
- 3) Menunjukkan SPPT PBB terbaru.
- 4) Melakukan pertemuan untuk pembahasan rencana sewamenyewa, penentuan tarif dan kesepakatan kerjasama, peninjauan lokasi bersama dan tanda tangan kontrak kerjasama. (Sumber: Company Profile PT. Kereta Api Indonesia (Persero) tahun 2020, diakses dari <http://www.kereta-api.co.id/> pada tanggal 25 November 2020).

1.1.3 Lokasi

Lokasi dari PT. KAI (Persero) adalah di Jalan Perintis Kemerdekaan No.1 Bandung.

1.1.4 Logo PT. Kereta Api Indonesia

Berikut ini adalah logo dari PT Kereta Api Indonesia sebagai berikut:



Gambar 1. 1

Logo PT. Kereta Api Indonesia

Sumber: Kai.id diakses pada tanggal 24 November 2020

a. **Bentuk**

Terinspirasi dari bentuk REL KERETA yang digambarkan dengan garis menyambung ke atas pada huruf A, KAI diharapkan terus maju dan menjadi solusi ekosistem transportasi terbaik yang terintegrasi, terpercaya, bersinergi, dan kelak dapat menghubungkan Indonesia dari Sabang sampai Merauke.

Dengan menggunakan typeface italic yang dinamis dan di modifikasi pada huruf A menggambarkan karakter KAI yaitu progresif, berfikiran terbuka, dan terpercaya. Grafik yang tegas namun ramah dengan perbedaan warna pada huruf diharapkan dapat mencerminkan hubungan yang harmonis dan kompeten antara KAI dan seluruh pemangku kepentingan.

b. Warna

Perpaduan antara warna biru tua yang menunjang stabilitas, profesionalisme, amanah dan kepercayaan diri, yang ditambah dengan aksen warna oranye, yang menunjukkan antusiasme, kreativitas, tekad, kesuksesan dan kebahagiaan.

1.1.5 Visi dan Misi

Dalam sebuah perusahaan pastinya memiliki visi, misi dan logo perusahaan untuk membantu perusahaan tersebut mencapai tujuannya. Berikut adalah visi, misi, dan logo PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Persero:

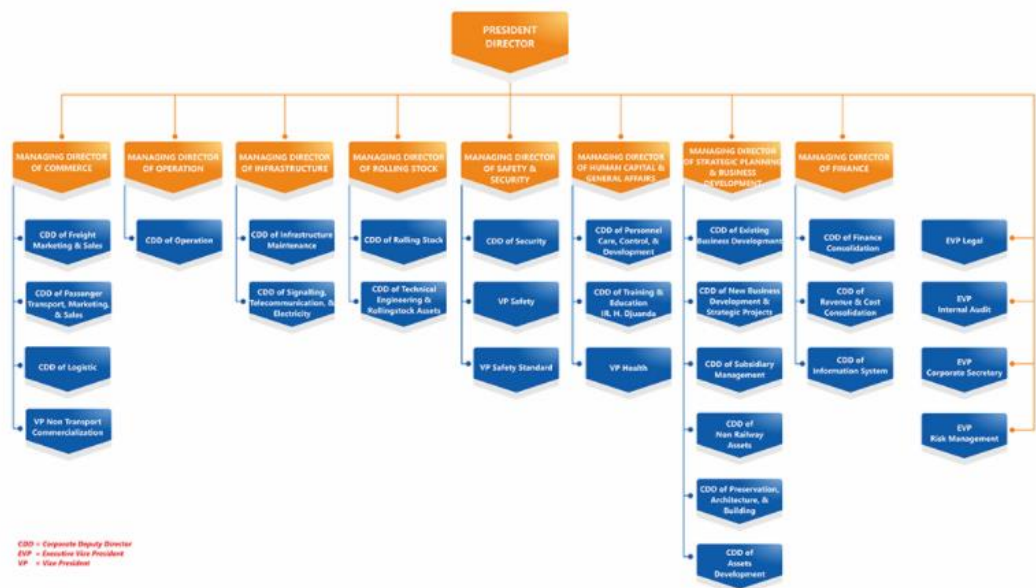
a. Visi

“Menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan Stakeholders”

b. Misi

“Menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis usaha penunjangnya, melalui praktik 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.”

1.1.6 Struktur Organisasi



Gambar 1.2

Struktur PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Sumber: Company Profile PT. Kereta Api Indonesia (Persero) tahun 2020, diakses dari <http://www.kereta-api.co.id//> pada tanggal 24 November 2020

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia transportasi di Indonesia dari waktu ke waktu terus mengalami perkembangan. Hal tersebut selain di pengaruhi oleh budaya luar yang masuk seperti budaya Indocina, India, dan Eropa, juga di pengaruhi oleh kondisi geografis negara Indonesia yang merupakan negara kepulauan dengan memiliki gunung - gunung yang dengan hal itu menjadi tantangan tersendiri bagi perkembangan teknologi transportasinya. Salah satu sejarah perkembangan transportasi di Indonesia diawali dengan pembangunan transportasi jalur darat yaitu pembangunan jalur kereta api pada masa pemerintahan kolonial Belanda pada tahun 1840. Tujuan awal pembangunan jaringan jalur kereta api pada saat itu adalah untuk mengangkut hasil bumi dan juga untuk kepentingan pertahanan pemerintahan kolonial. Hingga pada perkembangan berikutnya, perusahaan kereta api kolonial Belanda tersebut menggunakan kereta api sebagai alat transportasi massal bagi masyarakat pribumi Indonesia (sumber: Kompas.com di akses pada tanggal 19 Januari 2021).

Sejalan dengan fungsinya, kereta api merupakan salah satu moda transportasi darat yang mampu mengangkut lebih banyak penumpang dalam sekali perjalanan dibandingkan dengan moda transportasi lainnya. Selain itu, kereta api juga mampu lebih cepat sampai ke tujuan dan dapat menghindari kemacetan. Hal inilah yang menjadi kelebihan yang ada pada moda transportasi kereta api di bandingkan dengan jenis transportasi darat lainnya. Bahkan di beberapa negara maju seperti di Jepang yang memiliki mobilitas yang tinggi, mayoritas masyarakat lebih memilih kereta sebagai alat transportasinya karena di nilai lebih efektif untuk menempuh suatu tujuan, kemudian di rasa lebih nyaman, dan biaya yang di keluarkan lebih murah jika di bandingkan dengan membawa kendaraan pribadi atau menggunakan taksi. Terlebih, di sebagian besar daratan eropa, kereta api menjadi moda transportasi penghubung antar negara (*japanstation.com*, 7 Oktober 2017, di akses 19 Januari 2021).

Di Indonesia, PT Kereta Api Indonesia (persero) adalah salah satu badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang penyelenggaraan pelayanan jasa transportasi darat dalam rangka menunjang arus perpindahan orang atau barang secara massal guna memajukan pembangunan nasional. PT Kereta Api Indonesia (persero) merupakan satu - satunya badan usaha transportasi jasa angkutan jenis kereta yang sebenarnya tidak memiliki kompetitor seperti Perum Damri yang pada umumnya bersaing dengan jasa transportasi swasta lainnya. Maka hal tersebut merupakan sebuah keuntungan yang perusahaan miliki dalam melakukan promosinya. Namun di sisi lain, PT KAI harus cermat dalam mensiasati strategi yang perusahaan transportasi lain lakukan dalam menarik minat calon konsumennya untuk menggunakan jasa yang di tawarkan perusahaan tersebut. PT KAI dapat melakukan berbagai upaya dalam memenangkan persaingan pada jasa transportasi khususnya transportasi darat dengan melakukan berbagai cara, salah satunya adalah dengan memberikan kualitas jasa pelayanan yang unggul di bandingkan dengan para pesaingnya.

Pada dasarnya, kualitas pelayanan di nilai memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan yang diungkapkan menurut (Tjiptono, 2004) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Adapun menurut (Griffin, 2005) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan

dapat di artikan sebagai kepedulian perusahaan terhadap pelanggan dengan memberikan kualitas pelayanan yang bersifat dinamis dimana pelayanan selalu mengikuti perubahan yang ada sesuai dengan tuntutan zaman dan permintaan pelanggan. Terlebih, (Griffin, 2005) menambahkan bahwa banyak perusahaan beranggapan apabila pelanggan merasa puas, maka pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal dan memberikan respon positif yang bermanfaat bagi perusahaan.

Perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi telah mendorong perusahaan-perusahaan untuk dapat beradaptasi dan memanfaatkan momentum tersebut sebagai alat atau sarana dalam menyampaikan informasi baik promosi dan kegiatan komersil lainnya, sehingga nilai yang hendak di sampaikan perusahaan jasa transportasi tersebut mampu di peroleh dengan mudah oleh setiap calon konsumen atau penggunanya. Salah satu perkembangan teknologi yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan misalnya dengan menyediakan jasa layanan elektronik secara *online* berbasis *website* dan aplikasi. Hal tersebut telah perusahaan seperti PT KAI lakukan dengan tujuan untuk memberikan kemudahan pelayanan bagi setiap calon penumpang atau konsumnnya dalam melakukan segala kegiatan mulai dari informasi terkait promosi yang sedang berjalan, jadwal keberangkatan dan kedatangan, hingga pemesanan tiket. Dengan upaya yang dilakukan demikian, secara perlahan perusahaan telah berkontribusi dalam merubah budaya pembelian (pemesanan) tiket dari cara konvensional menjadi lebih modern atau yang sering di sebut dengan reservasi elektronik (*electronic booking*). Pemesanan tiket perjalanan secara *online* sangat membantu dan mempermudah konsumen karena dapat menghemat waktu. Namun, penyelenggaraan pemesanan tiket perjalanan secara *online* membutuhkan pengembangan dan pemeliharaan yang tidak mudah agar konsumen merasa nyaman ketika menggunakan *website* untuk melakukan pemesanan tiket secara *online*. Namun, pada awal peluncuran *website* pemesanan tiket secara online banyak terjadi permasalahan seperti halaman yang bermasalah karena banyaknya pengguna yang sedang membuka halaman *website*.

Tiket elektronik secara virtual telah menggantikan tiket kertas di hampir seluruh bandara, stasiun, dan dermaga di seluruh dunia. Tiket elektronik merupakan suatu cara dalam mendokumentasikan proses penjualan dari aktivitas perjalanan pelanggan tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik atau tiket kertas

(Alhabsyi et.al, 2018:149). Dalam hal ini sistem komputer milik perusahaan transportasi akan menyimpan semua informasi secara digital yang di berikan oleh calon penumpang mengenai tiket elektronik. Selin itu juga, tiket elektronik ini merupakan salah satu upaya perusahaan untuk menekan biaya perusahaan sekaligus mengoptimalkan kenyamanan bagi para pelanggan. Hal ini yang kemudian coba di manfaatkan oleh PT kereta api Indonesia untuk meningkatkan kualitas pelayanan terutama di sektor pelayanan tiket, karena selama ini sering di keluhkan terjadinya antrian calon penumpang yang terjadi di loket-loket pembelian. Oleh karena itu, PT Kereta Api mencoba memberlakukan sistem *online reservation ticket* (ORT) tersebut di mana pemesanan tiket di lakukan melalui media internet (on-line) tanpa harus datang dan antri membeli langsung tiket kereta api di loket-loket penjualan tiket di stasiun. Dengan di berlakukannya sistem ini, di harapkan pembelian tiket kereta api menjadi semakin modern dan mudah karena tiket kereta api telah di distribusikan dan tersedia secara online di situs PT Kereta Api Indonesia (KAI.id) dan juga di beberapa tempat yang berafiliasi dengan perusahaan (www.kereta-api.co.id, diakses 19 Januari 2021).

Kelebihan-kelebihan yang ditawarkan oleh perusahaan kepada setiap konsumen apabila mereka melakukan pembelian tiket melalui reservasi *online* atau melalui *website* tentunya harus dibarengi dengan bagaimana perusahaan meminimalisir masalah-masalah yang mungkin terjadi pada konsumen dalam proses pemesanan tiket tersebut, sehingga kepuasan konsumen tetap menjadi nilai penting dalam sebuah proses bisnis yang perusahaan lakukan. Adapun masalah-masalah umum yang biasanya terjadi pada layanan tiket reservasi *online* menurut (Arni, 2019) diantaranya adalah aplikasi *website* yang kurang dimengerti pelanggan, informasi yang kurang akurat yang dimuat dalam *website*, keamanan saat melakukan transaksi, penipuan dan kriminalitas *cyber*, dan metode pembayaran. Adapun dalam pelaksanaan program *online reservation ticket* yang telah di tawarkan oleh PT KAI kepada publik ternyata ditemukan beberapa kesamaan fenomena masalah yang terjadi di lapangan mulai dari kesulitan pemesanan tiket yang di sebabkan oleh gangguan server, ketidakpastian status atau jumlah kursi yang tersedia, hingga tiket yang di pesan tiba-tiba habis dalam waktu yang sangat singkat telah di rangkum pada tabel 1.1 berikut

TABEL 1.1

KUMPULAN DATA KELUHAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI KAI
PADA BEBERAPA PORTAL RESMI

Subjek	Deskripsi	Sumber
Keluhan terkait sulitnya memesan tiket kereta pada website resmi KAI	Masyarakat mengeluhkan sulitnya memesan tiket kereta api pada website online saat arus mudik dan balik lebaran karena gangguan server.	Kompas.com (2017) Judul Berita : “Ini Penjelasan PT KAI terkait gangguan pemesanan tiket online pada situs PT KAI”
Keluhan pemesanan tiket online KAI	Ketika pelanggan melakukan pemesanan tiket melalui situs resmi KAI, namun situs tidak dapat di buka dengan keterangan “halaman bermasalah”, kemudian pelanggan melakukan refresh pada jendela situs tersebut dan menunggu beberapa waktu. Kemudian setelah situs kembali normal, pelanggan melakukan pemesanan kembali tiket untuk rute gambir - jogyakarta, namun seketika status kursi penumpang sudah penuh pada situs web tersebut.	Detik.com (2019) : Suara pembaca “Keluhan pemesanan tiket online KAI”
Keluhan pemesanan tiket melalui website KAI	Pelanggan melakukan pembelian tiket pada Februari 2019 dengan pembayaran kartu kredit, setelah pemesanan berhasil dengan kode booking yang telah di kirimkan kepada pelanggan, namun kartu kredit pelanggan terpotong hingga 2 kali.	Detiknews (2019) : Suara pembaca “kecewa beli tiket di website KAI, kartu kredit terdebit 2 kali”
Keluhan sering kali terjadi server down	Keluhan pada aplikasi KAI akses karena tingginya traffic yang masuk	CNBC Indonesia (2019) : CNBC TECH

ketika hendak memesan tiket melalui situs resmi KAI	pada <i>database</i> dari <i>rail ticketing system</i> , sehingga berakibat pada hambatan berbagai pelayanan penumpang di stasiun maupun pada situs online.	“sempat server down, ini penyebab aplikasi KAI access error”
---	---	--

Sumber : Kompas.com, Detik.com, Detiknews, CNBC Indonesia diakses pada tanggal 19 Januari 2021

Berdasarkan rangkum pada tabel 1.1, di ketahui bahwa adanya temuan mengenai berbagai keluhan dari pengguna jasa transportasi kereta api terutama pada sistem online tiket kereta yang di sediakan oleh KAI. Dari berbagai keluhan yang di temukan di antaranya adalah sulitnya memesan tiket melalui aplikasi atau website resmi yang di akibatkan oleh gangguan server, sehingga masyarakat tidak memiliki kepastian untuk melakukan perjalanan mudik dan balik pada masa lebaran, dan pada akhirnya sebagian besar masyarakat harus membeli dengan cara tradisional yaitu dengan datang ke loket-loket yang ada dan harus antri lebih lama. Kemudian keluhan di temukan juga pada halaman online KAI yang bermasalah, sehingga menyebabkan kebingungan terkait status kursi penumpang yang masih tersedia. Lalu keluhan juga di keluhkan oleh sebagian pengguna kartu kredit yang melakukan pembelian tiket melalui situs online KAI yang memperoleh transaksi pada kartu kreditnya menjadi dua kali lipat pembayaran (*double transaction*) sehingga merugikan pihak konsumen. Dan keluhan terakhir yang telah di rangkum adalah pada penggunaan situs resmi atau websitee akses online untuk pembelian tiket sering terjadi *server down* yang diakibatkan oleh tingginya *traffic* pada *rail data system* yang berimbas kepada pelayanan yang lamban baik online maupun offline atau pelayanan di stasiun.

Keluhan-keluhan yang dirasakan oleh konsumen tentu dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang dirasakan melalui kualitas pelayanan reservasi tiket secara *online* melalui situs www.kereta-api.co.id. Menurut Kotler (2009) kualitas pelayanan jasa berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Sehingga semakin rendah kualitas pelayanan reservasi tiker secara online yang diberikan oleh PT KAI maka akan semakin rendah pula kepuasan pelanggan yang melakukan reservasi tiket secara online. Sehingga untuk menanggapi keluhan konsumen, pihak KAI menyampaikan permohonan maaf atas ketidaknyamanan yang dikeluhkan oleh sebagian pelanggan

yang dihadapkan dengan permasalahan pada saat melakukan transaksi pada layanan reservasi tiket *online* tersebut. KAI pun membenarkan bahwa salah satu permasalahan yang terjadi karena sistem *websitenya* beberapa kali mengalami gangguan yang disebabkan oleh tingginya trafik yang masuk pada *database* sistem, sehingga terjadi pelambatan sistem yang akhirnya berpengaruh pada pelayanan reservasi tiket *online* (antaranews.com, 2019. Diakses 21 juni 2021).

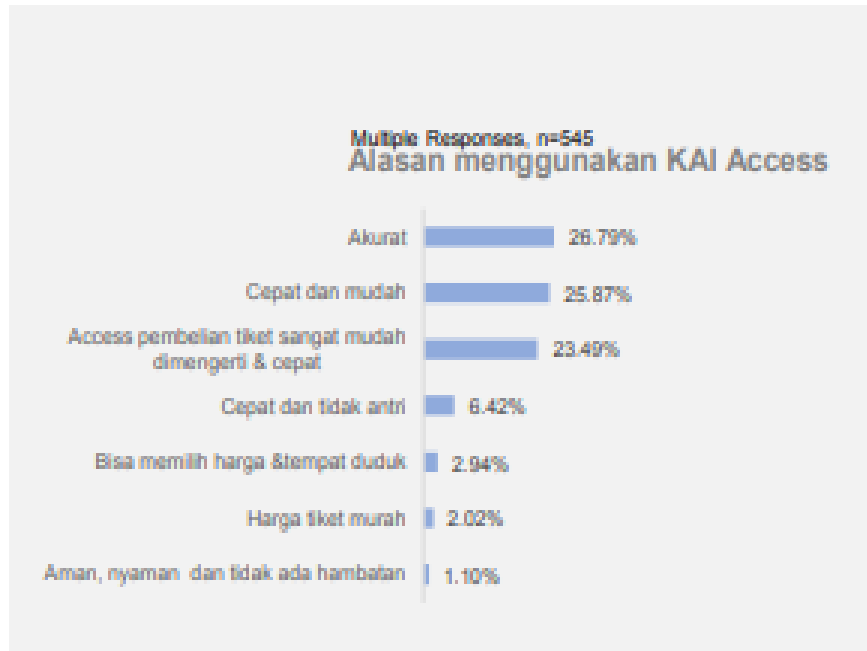
Kendati demikian, KAI terus berbenah dan melakukan evaluasi dari permasalahan-permasalahan yang kerap terjadi. diantaranya dengan melakukan upaya penyesuaian sistem pemesanan tiket kereta api jarak jauh dan menengah yang dimulai dari tanggal 1 agustus 2019, kemudian dengan upaya membuat kebijakan pembatalan pemesanan tiket online agar lebih terstruktur dan terdata dengan memberikan bea atas transaksi selambat-lambatnya 30 hari setelah pembelian, hingga menambah layanan *booking* tiket pada situs KAI akses yang dapat dipesan dengan maksimal kuota penumpang sebanyak empat orang untuk satu kali pemesanan (ekonomi.bisnis.com, 2019. Diakses 21 juni 2021).

Dengan mengacu pada permasalahan yang ada, ternyata pemesanan tiket secara *online* di rasa belum semudah yang di bayangkan atau di promosikan oleh perusahaan. Maka berangkat dari hal demikian, di khawatirkan akan memunculkan berbagai tanggapan konsumen pengguna layanan kereta api yang beranggapan bahwa membeli tiket kereta api secara online atau dengan sistem *online reservation ticket* tersebut masih terlalu rumit dan menimbulkan resiko baru apabila di dibandingkan dengan pembelian tiket secara langsung.

Fenomena seperti yang telah dijelaskan tersebut mengindikasikan bahwa pengelolaan *e-service* saat ini melalui transaksi online akan membawa banyak perubahan dalam dunia bisnis ke depannya. Sehingga kondisi ini sangat menarik untuk di teliti tentang bagaimana seharusnya penerapan *e-service quality* dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (dalam Pahlawan et.al, 2019) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika yang dirasakan konsumen melebihi dugaannya, konsumen akan merasa puas, sebaliknya jika yang dirasakan lebih rendah dari harapannya maka konsumen akan merasa tidak puas (Firatmadi, 2017).

Fenomena tentang permasalahan mengenai *e-service quality* tersebut di perkuat dengan studi yang pernah dilakukan oleh Parasuraman. Parasuraman, et al., (2005:01) dimana, hasil studinya menemukan beberapa kelemahan dari penerapan pelayanan berbasis online di antaranya adalah konsumen tidak dapat menyelesaikan transaksi, produk tidak di sampaikan tepat waktu atau tidak sama sekali, email tidak terjawab, dan informasi yang di inginkan tidak bisa diakses. Maka hal ini memberikan tantangan tersendiri bagi perusahaan dalam hal ini adalah PT kereta api Indonesia untuk terus meningkatkan kualitas e-servicenya dan memperbaiki kekurangan yang di temukan agar kepuasan pelanggan sebagai misi utama perusahaan agar dapat terpenuhi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sirenia dan Bobby (2014) kualitas pelayanan reservasi tiket secara online melalui *website* PT KAI mempengaruhi loyalitas penumpang sebesar 62,1%. Sehingga 62,1% penumpang akan loyal kepada PT KAI apabila diberikan kualitas pelayanan reservasi tiket *online* dengan baik. Sedangkan menurut Farhan *et. al* (2020) menyatakan bahwa *e-service quality* melalui variabel *efficiency, privacy, reliability, emotional benefit,* dan *customer service* mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 67,6%.

Pada tahun 2018, kinas consulting telah merilis laporan tentang indeks kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi di Indonesia, dan salah satunya adalah PT KAI, di mana salah satu aspek yang di bahas di dalamnya adalah hasil atau tanggapan konsumen terhadap layanan KAI *access* yang datanya di sajikan pada gambar 1.1 berikut.



Gambar 1.1 Alasan Konsumen menggunakan KAI access

Sumber: Ppid.kai.id (*research report customer satisfaction index Tahun 2018*)

Berdasarkan gambar 1.1 berikut, dari survey yang telah dilakukan terhadap sampel sebanyak 545, di peroleh sebesar 26,79% responden yang memilih menggunakan KAI access karena di nilai akurat. Selanjutnya sebanyak 25,87% responden merasa KAI access dapat di diakses dengan cepat dan mudah. Kemudian sebanyak 23,49% responden merasa bahwa pembelian tiket melalui KAI access di rasa sangat mudah di mengerti dan cepat. Lalu sebanyak 6,42% responden menganggap bahwa dengan KAI access responden menjadi lebih cepat dan tidak perlu melakukan antri saat melakukan pembelian tiket. Dan sebanyak 2,94% responden beralasan bahwa dengan menggunakan KAI access, responden bisa memilih harga tiket dan tempat duduk. Kemudian sebanyak 2,02% responden merasa bahwa melalui KAI access harga tiket bisa lebih murah. Dan sisanya sebanyak 1,10% responden merasa aman, nyaman, dan tidak ada hambatan ketika menggunakan KAI access. Data tersebut menunjukkan bahwa masih minimnya konsumen yang merasa aman dan nyaman menggunakan layanan KAI access atau situs resmi yang di sediakan KAI dalam pelayanan tiket. Selain itu juga konsumen terkadang merasa adanya hambatan pada saat menggunakan atau melakukan reservasi tiket pada situs resmi KAI. Namun meski demikian, adapula respon positif dari konsumen dengan keberadaan KAI access karena di nilai memudahkan bagi

sebagian konsumen dalam melakukan pembelian tiket, atau mencari informasi seputar kereta api.

Untuk mendukung data dan fenomena yang ada mengenai kualitas pelayanan reservasi tiket online pada situs resmi PT.KAI, maka peneliti mencoba melakukan pra survey mengenai kepuasan pelanggan PT.KAI dalam prosesnya melakukan reservasi tiket secara online pada situs KAI untuk melihat bagaimana kepuasan konsumen pada saat ini, mengingat data dan fenomena yang ada di temukan pada tahun sebelumnya. Survey di lakukan kepada 30 orang responden dengan kriteria responden yang telah atau pernah melakukan pembelian pada 3 (tiga) bulan terakhir yang dihitung sejak bulan september 2020 sampai awal bulan November 2020. Pra survey ini dilakukan selama 4 hari dari tanggal 28 November 2020 sampai dengan 2 Desember 2020 melalui jaringan internet/email. Hasilnya pra survey yang dilakukan dapat dilihat dalam Tabel 1.2 berikut.

TABEL 1.2

HASIL PRAKUESIONER KEPUASAN PELANGGAN
RESERVASI TIKET ONLINE PT.KAI

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Saya merasa puas setelah memesan tiket online di situs PT. KAI (www.kereta-api.co.id)	27	3
2	Pelayanan yang diberikan PT. KAI (KAI.co.id) sesuai dengan harapan saya	17	13
3	Saya merasa puas selama menjadi pelanggan PT.KAI mulai dari pemesanan tiket hingga penggunaan layanan di Kereta Api	28	2
4	Saya akan kembali melakukan pemesanan tiket secara online pada masa mendatang	14	16

5	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk memesan tiket secara online	19	1
---	--	----	---

Sumber: Hasil pra survey penulis, 2020

Berdasarkan hasil penelitian pra survey pada tabel 1.2, menunjukkan bahwa secara umum dapat di simpulkan bahwa untuk sementara semua pelanggan yang di berikan prasurvey terkait kepuasan pelanggan menunjukkan ketidakpuasan sebesar 53,3% terhadap pelayanan reservasi tiket online PT.KAI. Sehingga dalam variabel kepuasan pelanggan terhadap reservasi tiket online ini, hampir semua responden menjawab tidak puas untuk memesan kembali tiket melalui online/website PT. KAI. Dari fenomena ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan PT.KAI dalam reservasi tiket online berada dalam kondisi yang tidak di harapkan. Serta dari hasil pra survey terhadap variabel tersebut dapat disimpulkan sementara adanya pengaruh antara kualitas layanan reservasi tiket online dengan kepuasan pelanggan pengguna website PT.KAI.

Meskipun begitu, dari hasil pra survey yang telah di lakukan dan hasilnya telah menunjukkan adanya indikasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, namun peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan pertanyaan yang lebih detail sesuai dengan indikator variabel serta jumlah responden yang lebih banyak. Karena dengan jumlah responden yang lebih sedikit pada prasurvey yang telah di lakukan tidak cukup untuk menggeneralisasikan atau menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan reservasi tiket online terhadap kepuasan pelanggan, maka peneliti ingin membuktikan apakah benar terdapat pengaruh signifikan antara kedua variabel tersebut jika jumlah sampelnya di perbesar dan apakah terdapat perbedaan antara hasil pra survey dengan penelitian yang akan di lakukan nantinya. Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah di jelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Reservasi Tiket Online Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Situs Online PT. Kereta Api Indonesia)”**

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, dapat diuraikan identifikasi permasalahan sebagai berikut:

- a. Bagaimana kualitas pelayanan reservasi tiket online di PT.KAI?

- b. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan reservasi tiket online di PT.KAI?
- c. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan reservasi tiket online secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan PT.KAI?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian diatas. Tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan reservasi tiket online di PT.KAI
- b. Untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan tentang reservasi tiket online di PT.KAI
- c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan reservasi tiket online secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan di PT.KAI

1.5 Kegunaan Penelitian

Dengan dibuatnya penelitian ini, penulis berharap bahwa hasilnya dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi semua pihak yang membutuhkan seperti:

a. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebuah bukti pengaplikasian terkait teori kualitas pelayanan reservasi tiket online dan kepuasan pelanggan di PT.KAI. Sekaligus mengaplikasikan ilmu dan teori yang diperoleh selama perkuliahan untuk menambah pengetahuan dan wawasan praktis bagi penulis.

b. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi serta saran bagi Perusahaan Kereta Api Indonesia (khususnya) untuk meningkatkan kualitas pelayanan reservasi tiket online agar tingkat kepuasan pelanggan menjadi semakin baik.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibuat dengan tujuan memberikan gambaran umum terkait isi dari penelitian yang dilakukan.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas mengenai gambaran umum perusahaan, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan membahas mengenai tinjauan pustaka terkait topik dan variabel penelitian yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas mengenai jenis penelitian, variabel operasional, pengumpulan data, uji validitas reabilitas, teknik analisis data dan uji hipotesis.