

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi yang semakin berkembang pesat saat ini, para produsen dituntut untuk selalu berpikir kreatif dan kritis dalam mengembangkan suatu produk, yaitu barang maupun jasa, karena persaingan yang semakin ketat dan perubahan yang semakin lama semakin berotasi cepat didalam berbagai aspek. Sebagai pelaku pasar, para produsen memiliki cara agar dapat terus menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Produsen hendaknya mengetahui keadaan pasar agar produk atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen. Dengan memenuhi tuntutan konsumen, perusahaan akan tetap dapat bertahan karena persaingan yang semakin ketat serta perubahan yang semakin lama semakin berotasi dengan cepat di berbagai aspek kehidupan manusia.

Dalam kehidupan manusia, alat transportasi merupakan suatu kebutuhan yang penting bahkan tidak terpisahkan oleh masyarakat. Saat ini salah satu kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakat adalah alat transportasi. Hal ini menandakan bahwa permintaan akan berbagai jenis produk jasa oleh masyarakat saat ini, memang sedemikian besarnya dan tentunya menjadi suatu peluang bagi perusahaan jasa untuk fokus terhadap para pelanggannya serta mencari dan mengembangkan berbagai strategi-strategi untuk menarik konsumen baru agar membeli jasa yang ditawarkan oleh perusahaan jasa dan diharapkan dapat menguntungkan bagi pihak produsen begitu juga bagi pihak konsumen.

Alat transportasi sendiri merupakan fasilitas yang digunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Dimana transportasi berperan peting dalam perkembangan suatu wilayah terutama dalam aksesibilitas. Adapun yang dimaksud dengan aksesibilitas adalah kemudahan dan kemampuan suatu wilayah atau ruang untuk diakses atau dijangkau oleh pihak dari luar daerah tersebut baik

secara langsung maupun tidak langsung. Mudah-mudahan suatu lokasi dihubungkan dengan lokasi lainnya lewat jaringan transportasi yang ada, berupa prasarana jalan dan alat angkut yang bergerak di atasnya.

Konsumsi jasa terutama travel, penginapan, restoran, hiburan, komunikasi, kesehatan dan keuangan adalah sektor-sektor jasa yang banyak dikonsumsi dan memiliki pengaruh besar atas perkembangan perekonomian. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak jasa angkut yang disediakan oleh pemerintah di Indonesia, mulai dari yang paling murah hingga yang paling mahal. Alat transportasi di Indonesia terdiri dari tiga macam, yaitu alat transportasi darat, transportasi air, dan transportasi udara. Salah satu alat transportasi darat yang banyak diminati masyarakat adalah kereta api.

Kereta Api merupakan moda transportasi darat berbasis jalan rel yang efisien dan efektif. Hal ini dibuktikan dengan daya angkutnya baik berupa manusia ataupun barang yang lebih besar dibandingkan dengan moda transportasi darat lainnya. Para konsumen yang menggunakan alat transportasi kereta api selain ketepatan waktu, juga memperhatikan keamanan dan kenyamanan. Kereta api adalah salah satu alat transportasi yang lumayan murah, cepat, dan memiliki akses khusus, oleh karena itu pemerintah harus memperhatikan alat transportasi ini agar kereta api memiliki persepsi positif di benak para pembeli.

Dalam rangka menarik minat konsumen untuk membeli suatu jasa transportasi, tentunya perusahaan harus memiliki strategi promosi yang baik sehingga konsumen tertarik untuk menggunakan jasa tersebut. Kualitas jasa merupakan tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal dan sebaliknya. Hal ini disebabkan kualitas jasa sangat tergantung dari siapa dan bagaimana jasa itu diberikan.

Dengan hal itu, konsumen dapat merasakan kepuasan dan memiliki loyalitas dalam menggunakan jasa kereta api yang menjadikan konsumen

tersebut akan terus menerus membeli dan memilih menggunakan jasa kereta api. Kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi penting karena pada dasarnya perusahaan akan selalu berhadapan dengan dua macam pelanggan yaitu pelanggan baru dan pelanggan lama.

Aspek perhatian tidak digunakan karena masih berupa perhatian, belum bisa dikatakan sebagai minat, karena tidak adanya dorongan untuk memiliki. Tidak digunakan keputusan dan perbuatan adalah sah bukan merupakan minat lagi namun adalah menimbulkan reaksi lebih lanjut yaitu keputusan membeli. Oleh karena itu untuk menciptakan agar konsumen memutuskan membeli dan memilih menggunakan jasa kereta api banyak faktor yang mempengaruhi keputusan membeli konsumen untuk menggunakan suatu jasa kereta api, diantaranya adalah ketepatan waktu yang diberikan, persepsi harga yang ditetapkan oleh perusahaan, dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Masyarakat menggunakan faktor keputusan untuk memilih transportasi mana yang akan digunakan sebagai sarana transportasi. Melihat hal tersebut, maka dari itu keputusan penumpang menjadi salah satu indikator kinerja suatu pelayanan transportasi. Berdasarkan definisi yang diungkapkan oleh Amirullah dalam Ambar (2014) bahwa pengambilan keputusan dapat diartikan sebagai proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Dari penjelasan di atas, sebuah perusahaan harus mampu memberikan keunggulan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan sehingga mampu menjadi penilaian bagi para konsumen untuk melakukan keputusan untuk membeli atau menggunakan jasa yang diberikan oleh perusahaan.

Dalam kualitas pelayanan KA harus memperhatikan faktor ketepatan waktu, karena ketepatan waktu merupakan salah satu hal yang penting dalam pelayanan kepada pengguna jasa. Ketepatan waktu adalah suatu pemanfaatan

informasi oleh pengambil keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kapasitas atas kemampuannya untuk mengambil keputusan. Ketepatan waktu bagi pemakai informasi sangat penting, informasi yang tepat waktu berarti jangan sampai informasi yang disampaikan sudah basi atau sudah menjadi rahasia umum. Definisi tepat waktu menurut Baridwan 1997 (dalam Nova lisnasari 2016) adalah informasi harus disampaikan sedini mungkin agar dapat digunakan sebagai dasar didalam pengambilan keputusan-keputusan ekonomi dan untuk menghindari tertundanya pengambilan keputusan tersebut.

Persepsi Harga juga merupakan salah satu faktor utama yang menentukan konsumen dalam membeli dan memilih menggunakan suatu jasa karena tarif berkaitan dengan besarnya pendapatan konsumen yang dikorbankan untuk memutuskan membeli tiket dan menggunakan jasa kereta api menggunakan jasa transportasi jika tarif harga tinggi, konsumen semakin berpikir dua kali untuk membeli dan menggunakan jasa tersebut, tetapi jika tarif harga dari suatu jasa semakin rendah, konsumen akan memanfaatkan sarana transportasi tanpa berpikir panjang dan tidak memerlukan pertimbangan lebih guna menekan biaya pengeluaran yang sama halnya dengan pendapat (Adinta, 2014) bahwa agar tujuan tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (*reasonable*). Dapat dikatakan secara umum bahwa promosi merupakan suatu sistem dari kegiatan bisnis yang saling berhubungan dan ditujukan untuk merencanakan, mendistribusikan dan menawarkan barang dan jasa yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Pada kondisi persaingan usaha transportasi sekarang ini, aspek pelayanan kepada penumpang yang baik akan menimbulkan citra yang baik pula. Suatu perusahaan jasa untuk tetap dapat unggul bersaing adalah memberikan jasa dengan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya secara konsisten. Kotler dalam Gulla (2015) menyatakan kualitas layanan adalah model yang menggambarkan

kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan. Kualitas pelayanan menjadi unsur penentu dalam perusahaan untuk mempertahankan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen dan sebaliknya.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa transportasi dibawah naungan Departemen Perhubungan. Kereta api adalah perusahaan yang menghasilkan jasa transportasi yang ingin selalu sukses dimata masyarakat yang seharusnya memiliki kompetensi, nilai rasa, memenuhi harapan masyarakat, dan *accountable*. Keselamatan harus menjadi prioritas utama sejalan dengan peningkatan kapasitas lintas dan peningkatan layanan kepada publik khususnya masyarakat pengguna jasa Kereta Api PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki beberapa bagian dimasing-masing kota besar. Salah satu bagiannya adalah Daerah Operasi, dimana daerah operasi tersebut ditempatkan di beberapa kota besar oleh pemerintah. Salah satu kota yang ditempatkan oleh pemerintah yaitu kota Semarang yang dikenal DAOP IV Semarang (Daerah Operasi IV Semarang).

Blora Jaya adalah KA (Kereta Api) lokal yang melayani penumpang kereta api dengan relasi melayani rute dari Stasiun Semarang Poncol – Cepu dan Cepu– Semarang Poncol. Rute yang dilayani, kereta api Blora Jaya melalui 3 kabupaten atau kota di Jawa Tengah, yaitu Kota Semarang, Kabupaten Grobogan, Kabupaten Blora. Kereta api Blora Jaya melakukan perjalanan pulang pergi sekali dalam setiap hari. Dimana jadwal kereta api Blora Jaya yaitu berangkat dari stasiun Cepu pada pukul 05.00 WIB dan datang di stasiun Semarang Poncol pada pukul 07.49 WIB.

Sedangkan untuk keberangkatan dari stasiun Semarang Poncol pada pukul 19.10 WIB dan datang di Stasiun Cepu pukul 21.34 WIB. KA Blora Jaya mampu mengangkut sebanyak 544 penumpang PP. Interior KA ini berbeda dengan kereta

api lokal lainnya, di dalamnya penumpang akan dimanjakan dengan kursi sekelas kereta api eksekutif atau kargo dengan desain yang elegan. Selain itu kereta api tambahan ini dilengkapi dengan AC (*Air Condotioner*) sehingga penumpang tidak perlu takut lagi kepanasan saat melakukan perjalanan dengan KA Blora Jaya.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Penumpang Kereta Api Blora Jaya di Semarang**  
**Tahun 2019**

No.	Waktu	Jumlah Penumpang
1	September	14.751
2	Oktober	15.600
3	November	15.687
4	Desember	16.989
<b>Total</b>		<b>64.127</b>

Sumber: DAOP IV Semarang

Data tabel diatas dapat diketahui jumlah penumpang kereta api Blora Jaya setiap bulan mengalami peningkatan. Berdasarkan data tersebut, pada bulan September jumlah penumpang sebesar 14.751, kemudian pada bulan Oktober mengalami kenaikan yaitu 15.600, jumlah penumpang kereta api kembali mengalami kenaikan pada bulan November 15.687 dan terakhir pada bulan Desember juga mengalami kenaikan sebanyak 16.989 penumpang. Minat masyarakat cukup tinggi karena kereta api lokal ini melayani beberapa kabupaten atau kota di Jawa tengah yaitu Kota Semarang, Kabupaten Grobogan, Kabupaten Blora Dengan trayek seperti itu, khususnya trayek lokal antar kota antar kabupaten dimana masyarakat melakukan mobilitas baik bekerja, sekolah maupun aktivitas lain, penumpang jadi cukup sering naik-turun di setiap stasiun. Umumnya kereta api yang melayani rute lokal tidak banyak menarik minat yang

cukup tinggi bagi masyarakat. Namun nyatanya kereta api Blora Jaya telah berhasil melebihi harapan. Oleh karena itu, penulis akan meneliti apa yang menyebabkan tingginya jumlah penumpang pada kereta api Blora Jaya yang sudah beroperasi cukup lama ini.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka penulis tertarik menyusun proposal dengan judul “**Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penumpang Dalam Menggunakan Moda Transportasi Kereta Api**” (Studi kasus pada penumpang Kereta Api Blora Jaya di Daop IV Semarang).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan apa yang telah diuraikan diatas, dapat diketahui pengertian keputusan penumpang dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penumpang kereta api. Pada penelitian ini penulis memilih variable ketepatan waktu, persepsi harga, dan kualitas pelayanan. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dapat dijabarkan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah variabel ketepatan waktu berpengaruh terhadap keputusan penumpang kereta api Blora Jaya di Semarang?
2. Apakah variabel persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan penumpang kereta api Blora Jaya di Semarang?
3. Apakah variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan penumpang kereta api Blora Jaya di Semarang?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh ketepatan waktu terhadap keputusan penumpang kereta api Blora Jaya di Semarang
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan penumpang kereta api Blora Jaya di Semarang

3. Untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap keputusan penumpang kereta api Blora Jaya di Semarang

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat bagi pihak yang terkait, yaitu sebagai berikut:

- a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat digunakan teori-teori yang ada di bangku kuliah dan mengaplikasikannya dengan kenyataan yang ada serta menambah pengalaman di dunia kerja.

- b. Bagi Pembaca

Penelitian dapat dimanfaatkan sebagai referensi penelitian-penelitian lebih lanjut kedepannya serta menambah wawasan para pembaca dalam lingkup pengetahuan transportasi

- c. Bagi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan yang bermanfaat bagi PT. Kereta Api (Persero) DAOP IV Semarang untuk dapat terus meningkatkan daya tarik konsumen serta memenuhi berbagai aspek yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen sehingga konsumen semakin berminat untuk membeli jasa transportasi kereta api, khususnya kereta api Blora Jaya.

- d. Bagi UNIMAR AMNI

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi program studi Transportasi dalam mengembangkan ilmu perkeretaapian serta sebagai acuan dalam penelitian-penelitian baru mengenai keputusan pembelian tiket kereta api kedepannya.

### **1.4 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang cukup jelas tentang proposal ini maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi mengenai informasi materi

serta hal-hal yang berhubungan dengan proposal ini. Adapun sistematika penulisan proposal tersebut adalah sebagai berikut:

**BAB 1: PENDAHULUAN**

Di dalam bab pendahuluan ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

**BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA**

Membahas tentang pengertian ketepatan waktu, persepsi harga, kualitas pelayanan, penelitian terdahulu, hipotesis serta kerangka pemikiran teoritis.

**BAB 3: METODE PENELITIAN**

Di dalam metodologi penelitian ini berisi tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, sumber data, serta metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan.

**BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berisi tentang hasil dari penelitian penulis di lapangan serta pembahasan mengenai pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

**BAB 5: PENUTUP**

Berisi tentang kesimpulan dan saran

**Daftar Pustaka**

**Lampiran**