

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis jasa transportasi yang semakin ketat sekarang ini menyebabkan banyak perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini seakan menuntut setiap perusahaan jasa transportasi harus menempatkan orientasi pada minat beli pelanggan sebagai tujuan utamanya. Dengan pemanfaatan teknologi dan pertumbuhan pengguna internet yang semakin meningkat, melahirkan perkembangan bisnis jaringan atau sering disebut dengan istilah *online shop*. Tetapi tetap tidak meninggalkan bisnis berbasis *offline* agar tetap dapat melayani masyarakat awam yang tidak terlalu mengenal teknologi internet. Pada saat ini semakin banyak diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai (*value*) lebih kepada pelanggan melalui penyampaian produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing. Jadi, untuk membina hubungan baik dengan pelanggan, maka suatu perusahaan harus membuat dirinya berbeda dengan para pesaing dan yang terutama adalah menambah nilai (*value*) pada setiap pelayanan yang diberikan.

Transportasi merupakan suatu sarana yang paling penting dalam membantu roda perekonomian, salah satunya ialah transportasi darat. Transportasi ini merupakan moda transportasi yang paling dominan di negara kita dibandingkan dengan moda transportasi lainnya seperti transportasi udara dan transportasi laut. Salah satu moda transportasi yang digunakan oleh masyarakat untuk melakukan perjalanan jauh di pulau jawa adalah kereta api, dimana kereta api merupakan sarana transportasi yang memiliki kelebihan dibanding alat transportasi lainnya di pulau jawa.

Di Indonesia telah berdiri salah satu perusahaan perkeretaapian, yaitu PT. Kereta Api Indonesia (PT. KAI) yang bergerak dalam transportasi darat jenis kereta api, dimana perusahaan tersebut mampu melayani masyarakat dan merupakan industri perkeretaapian yang dikelola oleh negara sebagai sebuah

perusahaan layanan publik. Transportasi kereta api banyak disukai oleh sebagian masyarakat Indonesia khususnya di Pulau Jawa, salah satu tempat pengoperasian PT. KAI yang merupakan Daerah Operasional IV (DAOP IV) bertempat di Jawa Tengah, Kota Semarang.

Faradisa dkk (2016) menyatakan minat beli merupakan bagian dari perilaku pembelian, yang selanjutnya akan membentuk loyalitas dalam diri konsumen. Selain itu, pelanggan yang memiliki komitmen pada umumnya lebih mudah menerima perluasan produk baru yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Kesesuaian performa produk baru yang ditawarkan dengan yang diharapkan konsumen akan memberikan kepuasan dan akan menghasilkan minat beli konsumen di waktu yang akan datang. Tingginya minat beli tersebut akan membawa dampak yang baik bagi keberhasilan produk tersebut dipangsa pasar.

Ketepatan waktu dalam transportasi kereta api yaitu pemberangkatan dan kedatangan kereta sesuai dengan jadwal yang telah di tentukan di Grafik Perjalanan Kereta Api (GAPEKA). Grafik Perjalanan Kereta Api itu sendiri adalah pedoman pengaturan pelaksanaan perjalanan kereta api yang digambarkan dalam bentuk garis yang menunjukkan stasiun, waktu, jarak, kecepatan, dan posisi perjalanan kereta api mulai dari berangkat, bersilang, bersusulan, dan berhenti yang dibuat untuk pengendalian perjalanan kereta api. Dalam Grafik Perjalanan Kereta Api (GAPEKA) memuat nomor kereta api, nama kereta api, lintas, jarak antar stasiun, waktu berangkat dan kedatangan, kecepatan yang diijinkan, waktu perjalanan dan tempat penyusulan, dan tempat bersilang kereta api. Kemampuan operator dalam memberikan pelayanan transportasi tepat waktu (sampai dengan stasiun akhir) sesuai dengan jadwal yang ditetapkan, merupakan indikator dari ketepatan waktu. Oleh karena itu, ketepatan waktu merupakan pelaksanaan perjanjian pada waktu tertentu antara pihak yang berbeda (Granström, 2008).

Place (Tempat) menurut Alma, berarti kemana tempat/lokasi yang dituju, bagaimana saluran distribusinya, berapa banyak saluran, dan kondisi para penyalur yang diperlukan. Dalam hal ini, ada tiga jenis interaksi yang memengaruhi lokasi, sebagai berikut: 1) Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan): apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting, 2) Pemberi

jasa mendatangi konsumen: dalam hal ini, lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas, 3) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung: berarti penyedia layanan/jasa(service provider). Dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, atau surat. Indikator promosi antara lain: (1) Mudah dijangkau sarana transportasi umum. (2) Lalu lintas banyak dilalui orang. (3) Tempat parkir yang luas dan aman. (4) Lingkungan daerah sekitar yang aman dan nyaman. (5) Dekat dengan Tempat Fasilitas umum yang lain. (6) Lokasi berada di jalan utama Kota

Akses yang diberikan PT. KAI kepada para pelanggan dalam mengakses tiket kereta api pada basis teknologi internet (*online*) dapat diakses melalui beberapa cara, diantaranya dapat diakses melalui KAI *Access*, Traveloka, Tokopedia, Tiket.com, Bukalapak, Paytren, Indomaret, Alfamart, dan lain-lain. Dalam penelitian ini yang diajarkan obyek penelitian berbasis *online* adalah Traveloka. Dan pada basis *offline*, tiket kereta api dapat diakses melalui loket stasiun kereta api atau pun melalui finnet terdekat, yang dijadikan obyek penelitian berbasis *offline* dalam penelitian ini adalah loket di Stasiun Poncol Kota Semarang. Pada dasarnya jumlah penumpang kereta api sudah cukup banyak, tetapi jumlah tersebut masih belum memenuhi jumlah kuota yang telah disediakan. Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dengan menganalisis keluhan pelanggan, seperti adanya kesulitan dalam mengakses tiket baik pada basis *online* maupun *offline*.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang minat beli tiket kereta api yang dipengaruhi oleh ketepatan waktu, tempat dan kenyamanan akses. Karena tingginya minat masyarakat dalam menggunakan kereta api, maka sudah sewajarnya pihak pengelola memberikan fasilitas yang dapat mempermudah masyarakat dalam membeli tiket tersebut. Sehingga dengan latar belakang tersebut, maka penulis menetapkan penelitian skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Tiket *Online* dan *Offline* pada Penggunaan Jasa Transportasi Kereta Api di Stasiun Tawang Semarang**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah dapat diangkat dalam proposal ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Ketepatan Waktu memiliki pengaruh terhadap Minat Beli Tiket di Stasiun Tawang Semarang.
2. Apakah Tempat memiliki pengaruh terhadap Minat Beli Tiket di Stasiun Tawang Semarang.
3. Apakah Kenyamanan Akses memiliki pengaruh terhadap Minat Beli Tiket di Stasiun Tawang Semarang.
4. Apakah faktor Ketepatan Waktu, Tempat dan Kenyamanan Akses secara simultan memiliki pengaruh terhadap Minat Beli Tiket di Stasiun Tawang Semarang.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis hubungan Ketepatan Waktu terhadap Minat Beli Tiket di Stasiun Tawang Semarang.
2. Menganalisis hubungan Tempat terhadap terhadap Minat Beli Tiket di Stasiun Tawang Semarang.
3. Menganalisis hubungan kenyamanan Akses terhadap terhadap Minat Beli Tiket di stasiun Tawang Semarang.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat digunakan untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah dan mengaplikasikan dengan kenyataan yang ada, sehingga dapat menambah pengalaman dan pengetahuan serta wawasan penulis akan masalah-masalah yang terjadi dalam kereta api, khususnya yang berhubungan dengan faktor-faktor minat beli tiket.

2. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat untuk PT. KAI DAOP IV Semarang sebagai bahan evaluasi terhadap ketepatan waktu, tempat dan kenyamanan akses terhadap minat beli tiket.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi bagi Taruna/Taruni dan Mahasiswa/Mahasiswi UNIMAR AMNI Semarang dan juga dapat dijadikan referensi pada penelitian berikutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran secara jelas tentang penelitian yang akan dilakukan, dibuat suatu sistematika penulisan yang berisi mengenai hal-hal yang akan dibahas dalam tiap-tiap bab.

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Merupakan bab yang menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Merupakan bab yang menguraikan tentang ketepatan waktu, tempat dan kenyamanan akses terhadap minat beli tiket pada jasa transportasi kereta api, hipotesis, dan kerangka pikiran teoritis

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Terdiri dari definisi metodologi penelitian, variabel penelitian, dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Merupakan hasil dan analisis yang akan menguraikan berbagai perhitungan yang diperlukan untuk menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, implikasi manajerial.

BAB 5 PENUTUP

Merupakan kesimpulan, saran, keterbatasan, dan analisis yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya.