

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Transportasi merupakan suatu proses pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan suatu alat bantu kendaraan darat, kendaraan laut maupun kendaraan udara, baik umum maupun pribadi. Pada era globalisasi persaingan bisnis jasa sangatlah ketat, untuk bertahan di dalam lingkungan ekonomi terutama bidang jasa transportasi darat, perusahaan harus membuat strategi-strategi agar dapat bertahan dan bersaing dengan *competitor* (Desi Ratna ; 2012).

Jasa transportasi bersaing untuk memberikan kepuasan bagi setiap konsumennya. Kepuasan dapat dirasakan pelanggan setelah membandingkan kenyataan dengan harapan pelanggan. Harapan pelanggan dipengaruhi oleh faktor-faktor, seperti persepsi pelanggan mengenai kualitas, pemenuhan kebutuhan, rekomendasi dari orang lain, pengalaman mengenai produk, dan janji perusahaan, kualitas layanan dan harga untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Pelayanan publik merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakat. Pemerintah harus memberikan pelayanan kepada publik sesuai dengan keinginan masyarakat, pelayanan yang diberikan contohnya seperti dari pengaturan atau hukum ataupun pelayanan lain untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Berkaitan dengan peran pelayanan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memberikan pelayanan khusus bagi masyarakat penyandang cacat dan ibu hamil atau menyusui dengan menambahkan gerbong disetiap kereta api. Dengan melakukan hal ini pemerintah peduli dengan hak penyandang cacat dan ibu hamil. Dengan adanya gerbong khusus dapat meningkatkan kenyamanan bagi penyandang cacat dan ibu hamil saat perjalanan dengan kereta api dan tidak berdesakan dengan penumpang lainnya. Dijelaskan juga dalam Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara No.63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang pelayanan publik sebagai berikut: “Segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggaraan pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan

kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan, yang dimaksud dengan penyelenggaraan pelayanan publik tersebut adalah instansi pemerintah. Instansi pemerintah adalah sebutan kolektif meliputi satuan kerja atau satuan organisasi kementerian, departemen, lembaga pemerintahan non departemen. Kesekretarian lembaga tertinggi dan tinggi negara dan instansi pemerintahan lainnya baik pusat maupun daerah termasuk badan usaha milik negara, badan hukum milik negara, dan badan usaha milik daerah”.

Di Indonesia saat ini, kereta api merupakan salah satu alat transportasi yang masih banyak dinikmati oleh masyarakat. Namun dengan kenyataan yang ada kereta api belum tentu memenangi persaingan dengan transportasi lain seperti pesawat dan bus. Transportasi kereta api terus berusaha melakukan perbaikan yang dianggap kurang dan melakukan perbaikan dengan kualitas pelayanan yang sesuai agar dapat menarik minat masyarakat untuk berpindah menggunakan kereta api. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) diwajibkan melakukan perbaikan terus-menerus dengan kualitas pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen atau masyarakat yang terus menuntut pelayanan yang lebih baik dan dapat mengatasi persaingan dengan transportasi yang lain.

Belakangan ini banyak permasalahan yang dimuat di beberapa media terkait dengan masalah kualitas pelayanan kereta api yang dinilai tidak mengalami kemajuan, terutama pada keamanan, keselamatan keterlambatan perjalanan kereta api dan kenyamanan. Akibat kecelakaan yang terus dialami kereta api yang terus-menerus, mengakibatkan konsumen menjadi takut dan beralih ke transportasi lain. Kecelakaan yang sering terjadi di sekitar area perlintasan kereta api yang belum terpasang palang pintu. Disisi lain masih ada masalah keamanan yang terus menjadi ketakutan bagi konsumen, dengan fakta dilapangan masih banyak kasus kehilangan barang penumpang di dalam kereta . Selain itu, kereta api masih mengalami keterlambatan dan kerusakan, dengan ini dapat memperburuk nama kereta api jika tidak segera dilakukan perbaikan dan kualitas pelayanan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Masalah lain yang harus diselesaikan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) seperti tidak sebandingnya kapasitas kereta dengan jumlah penumpang. Selanjutnya berkaitan dengan fasilitas yang ada di

dalam kereta api yang dinilai penumpang masih jauh dari kata layak sehingga harus dilakukan perbaikan terhadap fasilitas-fasilitas tersebut agar penumpang dapat merasa nyaman selama dalam perjalanan di kereta.

Dengan kondisi seperti itu membuat para penumpang menjadi lebih merasa tidak nyaman karena tidak menutup kemungkinan sering terjadi tindakan kriminal seperti pencopetan. Kondisi seperti itu tidak sesuai dengan peraturan standar pelayanan publik. Peraturan tersebut dituangkan dalam UU No. 25 Tahun 2009 pasal 21 yang menjelaskan tentang standar pelayanan publik mencakup diantaranya penyelenggara memberikan jaminan rasa aman dan bebas dari bahaya.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang merupakan kantor wilayah PT. Kereta Api Indonesia yang ada di kawasan Semarang dan sekitarnya. PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang memiliki sebuah produk unggulan yang dioperasikan pertama kali sejak tahun 2002. Kereta api Argo Sindoro adalah kereta api kelas Eksekutif yang dioperasikan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) di Pulau Jawa dengan relasi Semarang Tawang – Jakarta Gambir dan sebaliknya. Frekuensi perjalanan kereta satu hari satu kali, dengan jarak tempuh 460 km dalam durasi rata-rata 6 jam perjalanan. KA Argo Sindoro menggunakan nama Gunung Sindoro yang berada di perbatasan Kabupaten Wonosobo dan Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah. Walaupun dahulu *brand name* atau penamaan *argo* menandakan fasilitas dan ketepatan waktu yang lebih dari kelas kereta api yang lain yakni eksekutif, bisnis, maupun ekonomi, namun sekarang layanan ini tidaklah jauh berbeda dengan kereta api kelas eksekutif pada umumnya.

Untuk menarik minat konsumen untuk membeli suatu jasa transportasi, tentunya perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik sehingga konsumen tertarik untuk menggunakan jasa tersebut. Setiap konsumen pasti ingin mendapatkan keputusan yang terbaik dan berkualitas. Menurut Nugroho (2013:342), minat beli merupakan proses pengintegrasian yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih

salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini ialah suatu pilihan (*choice*), yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.

Adanya fasilitas yang memadai, juga berpengaruh pada sarana yang menyediakan perlengkapan fisik guna menunjang kebutuhan konsumen agar konsumen merasa lebih nyaman dan kebutuhan konsumen terpenuhi. Menurut Sulastyono (1999), fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada konsumen untuk melaksanakan aktifitas-aktifitas sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.

Promosi adalah seni untuk merayu pelanggan dan calon konsumen untuk membeli lebih banyak produk perusahaan (Tandjung, 2004) Promosi adalah salah satu variabel didalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Promosi merupakan salah satu factor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Kualitas suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Dengan melihat sisi lokasi juga dapat menambah minat penumpang untuk menggunakan jasa transportasi kereta api. Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran eceran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis (Berman & Evans dalam Ma'ruf 2006 : 113).

Dengan melihat tingkat penggunaan jasa transportasi yang tinggi dan dirasa terus menurun, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang berusaha untuk memperbaiki kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen selama ini. Sebagai perusahaan yang bergerak bidang jasa transportasi, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang harus dapat memenuhi keinginan konsumen guna menciptakan dan mengembangkan kualitas pelayanan sesuai dengan SPM. Di bawah ini adalah data kepuasan konsumen tahun 2018 PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang :

**Tabel 1.1**  
**Data Kepuasan Konsumen berdasarkan Jumlah Responden**  
**PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang Tahun 2018**

Bulan	Puas	Biasa	Tidak Puas
Januari	70	50	30
Februari	390	90	30
Maret	550	100	50
April	550	130	40
Mei	550	150	40
Juni	840	192	60
Juli	700	170	50
Agustus	600	160	40
September	650	160	50
Oktober	550	140	70
November	600	50	30
Desember	700	50	30

Sumber: PT. KAI DAOP IV Semarang

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah kepuasan konsumen menurut data PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang tahun 2018 harus lebih ditingkatkan, karena belum mencapai standar yang diinginkan. Dilihat dari tingkat kepuasan konsumen merupakan data yang setiap bulannya meningkat seperti bulan Juni yang merupakan tingkat kepuasan konsumen tertinggi dengan mencapai 840 konsumen, peningkatan ini didasari karena hari-hari menjelang lebaran dan kualitas pelayanan, fasilitas dan beberapa promosi yang disediakan oleh pihak kereta api sehingga meningkatkan jumlah kepuasan penumpang dalam menggunakan jasa kereta api tersebut, meskipun pada beberapa bulan-bulan tertentu terdapat penurunan tingkat kepuasan konsumen. Apabila dilihat dari tingkat kepuasan konsumen dinyatakan biasa karena menurut para penumpang beberapa kualitas layanan dan fasilitas yang diberikan cukup untuk dinikmati konsumen. Maka dapat dilihat pada bulan November-Desember bahwa jumlah

responden terendah pada tingkat kepuasan biasa terhitung 50 konsemen. Hal ini merupakan tugas pihak kereta api untuk memberikan fasilitas lainnya supaya konsumen lebih merasakan tingkat kepuasan sehingga menunjukkan tingkat kepuasan konsumen ditahap biasa lebih mengacu pada meningkatnya tingkat kepuasan konsumen. Untuk data konsumen yang dinyatakan tidak puas dengan tingkat ketidakpuasan konsumen tertinggi sebesar 70 konsumen pada bulan Oktober, maka beberapa kualitas layanan harus ditambah seperti lebih ramahnya pegawai terhadap para penumpang dan beberapa pengetahuan umum yang dimiliki setiap pegawai harus dapat menjawab pertanyaan penumpang meski itu bukan tugas dan wewenang dari pegawai tersebut supaya penumpang dapat merasakan kenyamanan dalam pelayanan tersebut, dengan meningkatkan jumlah stop kontak untuk fasilitas charging penumpang, pelayanan kemudahan saat penumpang pembelian tiket, musholla yang terdapat sajadah dan mukena, toilet yang dilengkapi handshop dan pewangi ruangan dan lain sebagainya. Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dengan menganalisis keluhan-keluhan pelanggan. Maka tujuannya dengan adanya pelayanan yang sesuai dengan SPM, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang dapat memenuhi harapan dan keinginan pelanggan dalam peningkatan kualitas pelayanan jasa transportasi kereta api. PT. Kereta Api sendiri selalu ingin meningkatkan citra diberbagai aspek, tentunya untuk semakin membujuk dan mendorong para konsumen untuk membeli tiket dan menggunakan jasa kereta api, sehingga dapat dilihat melalui tindakan – tindakan yang dilakukan oleh PT. Kereta api yang terus berusaha memperbaiki reputasi yang buruk.

Berdasarkan latar belakang masalah yang terjadi diatas, maka penulis membuat proposal skripsi dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api Argo Sindoro (Studi Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang)”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan, menunjukkan bahwa terdapat banyak faktor yang berpengaruh terhadap minat penumpang. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang selaku pengelola kereta api Argo Sindoro, menunjukkan bahwa minat konsumen menggunakan jasa kereta api Argo Sindoro sangat diminati oleh konsumen. Jasa transportasi kereta api relasi Semarang Tawang – Jakarta Gambir dan sebaliknya ini merupakan kereta api kelas eksekutif yang mempunyai fasilitas setara dengan kelas bisnis.

Permasalahan yang diteliti dapat dirumuskan dalam sebuah pertanyaan penelitian yaitu seberapa besar peningkatan volume minat penumpang terhadap variabel kualitas pelayanan penumpang, fasilitas, promosi dan lokasi yang tersedia pada stasiun. Sehingga rumusan permasalahan dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan penumpang berpengaruh terhadap minat penumpang PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap minat penumpang PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat penumpang PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang?
4. Apakah kepercayaan penumpang berpengaruh terhadap minat penumpang PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang?
5. Apakah faktor kualitas pelayanan penumpang, fasilitas, promosi, dan kepercayaan penumpang berpengaruh terhadap minat penumpang PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Didalam pembuatan proposal skripsi ini bertujuan meningkatkan minat penumpang kereta api pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang, yaitu :

1. Meningkatkan pelayanan penumpang terhadap konsumen

2. Menambah atau memperbaiki fasilitas kereta api
3. Memperluas promosi terhadap konsumen
4. Meningkatkan fasilitas lokasi terhadap minat konsumen

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

#### **1. Bagi perusahaan**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan minat konsumen terhadap faktor-faktor yang mempengaruhinya di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang.

#### **2. Bagi kampus**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan masukan bagi kampus dan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang akan mengadakan penelitian tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang serta menambah dokumentasi bagi kampus yang selanjutnya bermanfaat bagi mahasiswa dan pihak-pihak yang membutuhkan untuk menambah pengetahuan.

#### **3. Bagi penulis**

Kegiatan penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang dalam jasa pelayanan dan menerapkan teori-teori yang sudah diperoleh selama kuliah di Sekolah Tinggi Maritim dan Transpor “AMNI”.

### **1.4 Sistem Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut :

**BAB I            PENDAHULUAN**

Pada bab satu ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II            TINJAUAN PUSTAKA**

Bab dua berisi tentang konsep dan teori mengenai minat penumpang, kualitas pelayanan penumpang, fasilitas, promosi, dan lokasi. Selanjutnya dari konsep tersebut akan dirumuskan hipotesis dan akhirnya terbentuk suatu kerangka penelitian teoritis yang melandasi penelitian ini.

**BAB III           METODE PENELITIAN**

Bab tiga menguraikan tentang definisi operasional. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data serta teknik analisis data untuk mencapai tujuan penelitian.

**BAB IV           HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan, deskripsi obyek penelitian, hasil analisis data, pengujian hipotesis serta pembahasannya.

**BAB V            PENUTUP**

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang sesuai dengan penelitian.

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**