

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri transportasi memiliki peran yang sangat penting terhadap mobilisasi masyarakat Indonesia. Menurut Hadihardaja dalam (Ode et al., 2024) Transportasi adalah pemindahan penumpang dan barang dari suatu tempat ke tempat lain. Di Indonesia banyak jenis transportasi yang bisa diandalkan oleh masyarakat, Salah satunya adalah moda transportasi Kereta Api. Di Indonesia transportasi kereta sudah ada sejak masa kolonial belanda sekitar tahun 1864. Jalur rel kereta pertama pada saat itu dibangun hanya sepanjang 26 kilometer saja yang menghubungkan 2 kota, yaitu Kota Semarang – Vorstenlanden (Solo - Yogyakarta) namun setelah itu mulai banyak pembangunan rel kereta di pulau Jawa dan Sumatera, dan sedikit di pulau Sulawesi (Saputra, 2022).

Di Indonesia PT Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan satu-satunya perusahaan yang menyediakan transportasi yang menggunakan rel sebagai jalur lintasannya. PT KAI tentunya memiliki tanggung jawab yang sangat besar terhadap kelancaran dan kenyamanan transportasi Kereta bagi masyarakat indonesia. PT KAI berdiri sejak tahun 1945 yang pada saat itu dikenal dengan nama Djawatan Kereta Api Republik indonesia. Dan barulah pada tahun 1998 Nama dari PT Kereta Api Indonesia resmi digunakan. Dan pada tahun 2007

status dari PT KAI berubah statusnya menjadi Badan Usaha Milik Negara (Salim, 2022)

Seiring berjalannya waktu, PT KAI telah banyak melakukan modernisasi terhadap lokomotif keretanya. Pada tahun 1950-an PT KAI perlahan mulai memperkenalkan lokomotif bermesin diesel yang dianggap lebih efisien dan dapat mengurangi biaya operasional dibanding lokomotif uap. Pada tahun 1925-an Indonesia telah memiliki jalur kereta listrik untuk wilayah Batavia (Jakarta). Namun sekitar tahun 1970-an barulah kereta rel listrik (KRL) dipergunakan lebih luas lagi di wilayah jabodetabek. Dengan adanya perkembangan kereta rel listrik ini tentunya lebih nyaman bagi pengguna dan tentunya membuat waktu tempuh lebih cepat dibanding menggunakan kereta bermesin diesel (Wibobo, 2021)

Selain memperbarui jenis lokomotif yang dimiliki, PT KAI juga memberikan beberapa gerbong kelas pilihan untuk para penggunanya. Pada umumnya ada 3 jenis kelas yang menjadi pilihan untuk para penumpang. Yaitu ada kelas Eksekutif yang merupakan kelas dengan kualitas pelayan yang tertinggi. Selain itu ada juga kelas Bisnis yang merupakan kelas dengan tingkat pelayanan yang sedikit dibawah kelas eksekutif. Dan ada kelas ekonomi yang merupakan kelas paling ekonomis yang disediakan oleh PT KAI. Namun seiring berkembangnya zaman, telah hadir beberapa gerbong kelas yang lebih premium dibanding dengan gerbong kelas eksekutif, yakni ada gerbong kelas luxury dan sleeper. Dan pada tahun 2010 PT KAI Commuter meluncurkan gerbong khusus wanita (Anggraini, 2023). Dengan adanya beberapa pilihan

gerbong kelas tersebut, dapat membuat masyarakat lebih leluasa untuk memilih jenis kelas yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

PT KAI secara berkelanjutan melakukan pembaruan terhadap jenis lokomotif dan gerbong kereta yang mereka miliki, Hal tersebut tentunya dilakukan untuk kenyamanan dan kepuasan pelanggan dari PT Kereta Api Indonesia (Persero). Menurut Kotler dalam (Sihombing & Dewi, 2019, p. 146). Kepuasan Pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dan harapan-harapannya. Inti dari kutipan tersebut adalah jika kinerja dari sebuah produk atau jasa yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa senang atau puas. Sebaliknya, jika kinerja dari suatu produk atau jasa yang pelanggan terima tidak sesuai harapan, pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas.

Disituasi seperti saat ini memaksa PT KAI untuk tidak hanya memberikan pelayanan yang baik dan tepat waktu, akan tetapi PT KAI juga perlu memastikan bahwa pelanggan mereka merasa puas dengan segala aspek pelayanan yang telah perusahaan berikan kepada pelanggan. Terlebih lagi PT KAI juga harus bersaing dengan moda transportasi yang lain seperti pesawat, bus, dan kapal. Bukan tanpa alasan jika PT KAI harus terus memperhatikan aspek-aspek yang bisa memberikan kepuasan kepada pelanggannya karena Dalam kegiatan sehari-hari, manusia hampir tidak lepas dari penggunaan atau peranan dari berbagai sektor jasa. salah satu sektor jasa yang paling banyak membantu atau bahkan yang paling dibutuhkan oleh kebanyakan orang adalah

dari sektor jasa transportasi. Terlebih lagi PT KAI menjadi satu-satunya penyedia jasa transportasi kereta api di Indonesia.

Di Kota Palembang sendiri, moda transportasi kereta api merupakan sarana yang sangat diandalkan oleh masyarakat yang ingin berpergian dari satu titik ke titik lainnya. Hal tersebut dirasa cukup wajar karena moda transportasi kereta api memiliki jadwal keberangkatan yang tepat waktu. Selain itu dengan naik kereta api masyarakat merasa lebih aman dan terhindar dari resiko terkena macet di jalan, dan yang paling penting tentunya dengan memilih naik transportasi kereta api dapat mengefisiensi biaya perjalanan, dikarenakan tarif dari transportasi kereta api ini cukup murah dibandingkan dengan beberapa moda transportasi lainnya. Sehingga tidak heran jika kereta api sangat diandalkan oleh masyarakat Kota Palembang. Hal tersebut bisa kita lihat dari Perkembangan Jumlah Penumpang Kereta Api Divisi Regional III Palembang dari tahun 2020 sampai tahun 2023 pada tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Penumpang Kereta Api Divisi Regional III Palembang tahun 2020 sampai tahun 2023

Tahun	Kelas Eksekutif	Kelas Bisnis	Kelas Ekonomi
2020	38.408	29.267	234.089
2021	4.467	3.634	176.606
2022	52.545	51.655	557.370
2023	120.328	121.724	693.354

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2024

Dari tabel 1.1 menunjukkan hasil bahwa perkembangan jumlah penumpang kereta api di Divisi Regional III Palembang mengalami tren yang cukup signifikan. Data jumlah penumpang pada tahun 2021 mengalami penurunan yang cukup drastis akibat beberapa peraturan serta perubahan yang ada pada masa pandemi Covid-19. Akan tetapi pada tahun-tahun berikutnya lonjakan penumpang kembali terjadi, khususnya di kelas ekonomi tren peningkatannya cukup tinggi. Dan untuk kelas eksekutif dan kelas bisnis juga mengalami tren yang positif, walaupun kenaikannya tidak sepesat seperti kelas ekonomi. Tingginya jumlah pengguna yang memilih kelas ekonomi dapat mengindikasikan bahwa pelanggan merasa puas dengan kelas tersebut dengan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kinerja yang diharapkan oleh pelanggan. Hal tersebut terbukti dari penelitian yang dilakukan oleh (Komara et al., 2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. (Studi pada salah satu perusahaan jasa transportasi di Kota Bandung). Dari penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Hal tersebut juga dapat meningkatkan rasa puas pada pelanggan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga yang terjangkau dapat berkontribusi langsung terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Zethmal dan Bitner dalam (Sihombing dan Dewi, 2019, p. 149) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah konsep yang jauh lebih luas

dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan. Namun juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti Kualitas pelayanan atau jasa, harga, dan faktor pribadi. Menurut Zethmal dan Bitner dalam (Sihombing & Dewi, 2019, p. 150), kualitas pelayanan yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang mereka harapkan. yang artinya kualitas pelayanan sangat mempengaruhi dari tingkat kepuasan pelanggan. Karena apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang pelanggan harapkan, tentunya pelanggan tidak akan puas. Sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan melebihi ekspektasi dari pelanggan, tentu pelanggan akan merasa sangat puas.

Dengan kualitas pelayanan yang baik pelanggan akan merasa puas menggunakan jasa Kereta Api Indonesia di kelas eksekutif karena pengalaman perjalanan yang nyaman, aman, dan penuh perhatian terhadap detail. Fasilitas kelas eksekutif, seperti kursi yang luas dan empuk, ruang kaki yang lega, serta adanya AC dan stopkontak pribadi, memberikan kenyamanan maksimal bagi penumpang. Selain itu, pelayanan ramah dan profesional dari kru, kebersihan yang terjaga, serta suasana gerbong yang tenang meningkatkan rasa puas penumpang. Dengan layanan makanan dan minuman yang berkualitas serta akses prioritas selama boarding, pelanggan merasa bahwa mereka mendapatkan layanan premium yang sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi, menjadikan perjalanan jarak jauh terasa lebih nyaman dan menyenangkan.

Faktor harga juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut B. Swastha dalam (Sihombing & Dewi, 2019, p. 112) Harga dapat diartikan

sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sebuah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Dari pengertian diatas, harga merupakan suatu nilai dari sebuah barang atau jasa yang bisa diukur dengan sejumlah uang. Sedangkan menurut Zethmal dan Bitner dalam (Sihombing & Dewi, 2019, p. 150) harga yaitu, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen. Hal tersebut dikarenakan pelanggan merasa mendapatkan lebih banyak manfaat dengan biaya yang relatif lebih rendah.

Pelanggan akan merasa puas menggunakan jasa Kereta Api Indonesia di kelas eksekutif, meskipun harga tiket yang ditawarkan lebih tinggi, karena merasa mendapatkan nilai yang sepadan dengan apa yang diberikan. Harga yang lebih premium dianggap sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan seperti kursi yang luas dan nyaman. Dengan demikian, meskipun harga lebih tinggi, banyak pelanggan yang menilai bahwa kepuasan dan kenyamanan yang mereka dapatkan sepadan dengan biaya yang dikeluarkan. Adapun daftar harga yang ditawarkan oleh PT Kereta Api Indonesia untuk kelas eksekutif di Kota Palembang dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 1.2 Daftar Harga Tiket Kelas Eksekutif Kota Palembang

Stasiun Asal	Tujuan	Harga
Kertapati (Palembang)	Lahat	Rp.230.000
Kertapati (Palembang)	Lubuk Linggau	Rp.230.000

Kertapati (Palembang)	Muara Enim	Rp.230.000
Kertapati (Palembang)	Prabumulih	Rp.180.000

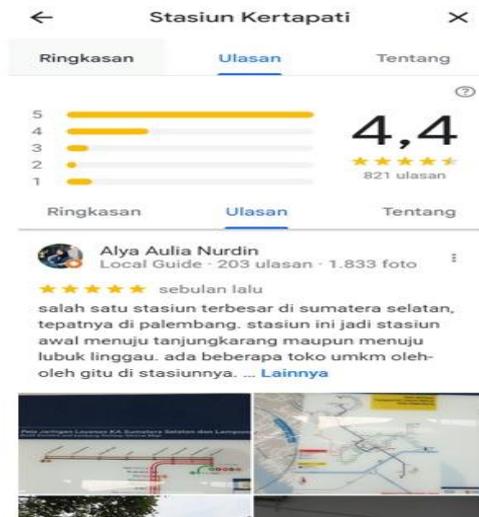
Sumber : Aplikasi KAI Access, 2024

Faktor lain yang mempengaruhi dari kepuasan pelanggan yaitu faktor pribadi. Faktor pribadi dari konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi (Sihombing & Dewi, 2019, p. 150). Faktor pribadi yang dimaksud bisa seperti faktor usia, pekerjaan, pendapatan, gaya hidup dan kebutuhan khusus. Dengan memahami dan memperhatikan berbagai faktor-faktor pribadi ini, PT KAI tentunya akan lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan tentunya akan berdampak baik secara jangka panjang bagi perusahaan.

Pelanggan dari PT KAI tentu akan merasa puas menggunakan jasa KAI di kelas eksekutif karena faktor pribadi seperti kebutuhan akan kenyamanan, privasi, dan efisiensi selama perjalanan. Penumpang kelas eksekutif sering kali mencari pengalaman yang berbeda, terutama bagi mereka yang melakukan perjalanan jarak jauh. Fasilitas yang mendukung kenyamanan pribadi, seperti suasana gerbong yang tenang membuat perjalanan lebih sesuai dengan preferensi individu mereka. Bagi penumpang yang menghargai waktu dan kenyamanan, layanan prioritas, ketepatan waktu, dan akses ke fasilitas modern juga berkontribusi pada kepuasan pribadi yang lebih tinggi. Kebutuhan ini sangat personal dan berbeda dari satu penumpang ke penumpang yang lainnya, tetapi Kereta Api Indonesia di kelas eksekutif mampu menjawab ekspektasi pribadi mereka dengan baik.

Menurut Kotler *et al* dalam (Wardhana, 2024, p. 291) Reputasi Perusahaan juga dapat mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan. Faktor Reputasi Perusahaan melibatkan pandangan pelanggan terhadap citra atau reputasi perusahaan. Kepuasan pelanggan tercapai ketika mereka merasa puas dan bangga dengan keterkaitan mereka dengan perusahaan atau organisasi, serta memiliki keyakinan terhadap produk atau layanan yang disediakan.

Reputasi perusahaan yang positif dapat menimbulkan kepercayaan kepada diri pelanggan yang pada akhirnya dapat menimbulkan rasa kepuasan pada saat menggunakan jasa dari PT KAI di kelas eksekutif. Sebagai perusahaan transportasi publik yang memiliki sejarah panjang di Indonesia, KAI dikenal memiliki standar keamanan dan kenyamanan yang tinggi. Reputasi KAI sebagai penyedia layanan yang profesional, aman, dan tepat waktu membuat pelanggan merasa lebih percaya diri dalam memilih kelas eksekutif. Kredibilitas ini semakin diperkuat oleh berbagai inovasi dan peningkatan kualitas layanan yang dilakukan PT KAI, seperti peningkatan kebersihan, perbaikan fasilitas, dan layanan ramah dari kru kereta. Hal tersebut dapat juga dinilai dari rating para pelanggan pada PT KAI Kota Palembang dibawah ini :



Sumber : Google Maps, 2024

Gambar 1.2 Ulasan Pelanggan Terhadap PT KAI di Kota Palembang

Dari gambar 1.2 menunjukkan rating sebesar 4.4 pada PT KAI di Kota Palembang. Hal tersebut dapat mencerminkan reputasi perusahaan yang baik dimata pelanggan. rating tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasa puas dengan layanan atau produk yang ditawarkan, meskipun masih ada runag untuk perbaikan. Dengan rating ini, perusahaan telah berhasil membangun kepercayaan yang kuat dan reputasi yang positif. Namun, beberapa aspek mungkin masih perlu ditingkatkan untuk mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) di Kota Palembang memainkan peran yang cukup krusial bagi masyarakat kota Palembang sebagai salah satu penyedia transportasi umum, untuk kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat dan untuk kegiatan ekonomi lokal. Dengan adanya ketergantungan terhadap jasa transportasi kereta api di masyarakat kota Palembang, kepuasan pelanggan tentunya menjadi faktor utama dalam keberhasilan layanan ini. selain

itu, PT Kereta Api Indonesia memiliki berbagai jenis layanan dengan segmentasi yang cukup luas. PT KAI memberikan beberapa pilihan kelas layanan yang diberikan, mulai dari yang terendah (kelas Ekonomi) hingga ke kelas yang tertinggi (kelas eksekutif). sehingga pelanggan dapat memilih kelas layanan yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Dan juga dengan adanya perbedaan variasi jenis kelas, dapat memberikan pelanggan dengan pengalaman perjalanan yang berbeda.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Kurnia Triantoro, Sudharto P. Hadi & Sri Suryoko) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Kereta Api Menoreh Kelas Ekonomi Studi Kasus Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang” berdasarkan hasil dari penelitian tersebut, ditemukan bahwa variabel X_1 (Kualitas Pelayanan) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dari jasa transportasi kereta api Menoreh Kelas Ekonomi. Selain itu, variabel X_2 (Harga) juga ditemukan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan hasil bahwa baik itu kualitas pelayanan atau harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian tersebut menegaskan bahwa variabel kualitas pelayanan maupun harga sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nila Badriyah, Arif Kuswant, 2019) yang berjudul Pengaruh kualitas layanan, akses, harga, dan kompetensi karyawan terhadap kepuasan pelanggan PT Kereta Api Indonesia

(studi kasus stasiun malang Kota Baru). Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. KAI stasiun Malang Kota Baru.

Berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu dan fenomena serta latar belakang yang ada, peneliti tertarik memilih PT Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai objek penelitian dan peneliti merasa ada faktor lain juga yang dapat mempengaruhi pelanggan dalam keputusan menggunakan jasa transportasi kereta api. Dengan begitu peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Pribadi Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Indonesia Kelas Eksekutif di Kota Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dapat penulis ambil adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Pribadi dan reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial pada Kereta Api Indonesia kelas eksekutif di Kota Palembang.
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Pribadi dan reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan pada Kereta Api Indonesia kelas eksekutif di Kota Palembang.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dibuat diatas, maka ruang lingkup yang akan dibahas oleh penulis terkait penelitian ini yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Pribadi dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada objek Kereta Api Indonesia kelas Eksekutif di Kota Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Dari Latar Belakang Masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji secara parsial pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Pribadi dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Indonesia Kelas Eksekutif di Kota Palembang
2. Untuk menguji secara simultan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Pribadi dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Indonesia Kelas Eksekutif di Kota Palembang.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang terdapat didalam penelitian ini yaitu :

1. Bagi Penulis:

Manfaat penelitian ini bagi penulis tentunya dapat memperdalam atau lebih memahami terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di transportasi jasa, khususnya jasa transportasi kereta api.

2. Bagi Perusahaan:

Manfaat penelitian ini bagi objek penelitian tentunya yaitu sebagai masukan yang dapat membuat objek penelitian lebih baik lagi terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Bagi Pembaca:

Manfaat penelitian ini bagi peneliti selanjutnya tentu penelitian ini dapat menjadi sebagai referensi atau dapat menjadi bahan acuan dengan topik yang serupa, terutama yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian ini terdiri dari beberapa bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada ini penulis akan menjelaskan tentang apa saja yang ada didalam pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan

masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistemetika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis akan membahas tentang landasan teori yang menyangkut dengan pembahasannya seperti Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Pribadi dan reputasi perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Indonesia kelas eksekutif di Kota Palembang.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab penulis akan membahas mengenai metode penelitian yang digunakan terdiri dari pendekatan penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik pengambilan sampel, jenis data, teknik pengumpulan data, definisi operasional, dan teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini penulis akan membahas mengenai pengolahan terhadap data yang telah diperoleh yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang sedang diteliti penulis, dalam bab ini terdapat gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian serta pembahasan penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diperoleh dan penulis akan memberikan saran bagi perusahaan.

