

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

1.1.1 Profil PT Kereta Api Indonesia

PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara yang menyediakan, mengatur, dan mengurus jasa angkutan kereta api di Indonesia. KAI didirikan sesuai dengan akta tanggal 1 Juni 1999 No. 2, yang dibuat di hadapan Imas Fatimah, S.H., Sp.N., Notaris di Jakarta, dan kemudian diperbaiki kembali sesuai dengan akta tanggal 13 September 1999 No. 14. Akta pendirian tersebut telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia melalui Surat Keputusan tanggal 1 Oktober 1999 No. C-17171 HT.01.01.TH.99 dan telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia tanggal 14 Januari 2000 No. 4 Tambahan No. 240/2000.

PT KAI membawahi 9 (sembilan) Daerah Operasi (DAOP) dan Divisi Regional (DIVRE) yaitu Daop 1 Jakarta, Daop 2 Bandung, Daop 3 Cirebon, Daop 4 Semarang, Daop 5 Purwokerto, Daop 6 Yogyakarta, Daop 7 Madiun, Daop 8 Surabaya, dan Daop 9 Jember, sedangkan Divre 1 Sumut, Divre 2 Sumbar, dan Divre 3 Sumsel.

1.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 1.1 Logo PT. KAI

Sumber : (PT Kereta Api Indonesia, 2011)

Pada bentuk garis melengkung melambangkan gerakan yang dinamis PT KAI dalam mencapai visi dan misinya, anak panah melambangkan nilai integritas yang harus dimiliki insan PT KAI dalam mewujudkan pelayanan prima sedangkan

warna oranye melambangkan proses pelayanan prima (kepuasan pelanggan) yang ditujukan kepada pelanggan internal dan eksternal dan warna biru melambangkan semangat inovasi yang harus dilakukan dalam memberikan nilai tambah ke *stakeholders*. Inovasi dilakukan dengan semangat sinergi di semua bidang dan dimulai dari hal yang paling kecil sehingga dapat melesat.

1.1.3 Visi Misi

Berikut ini merupakan Visi dan Misi PT. Kereta Api Indonesia :

a. Visi

Visi menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan *stakeholders*.

b. Misi

Misi menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis usaha penunjangnya, melalui praktek 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.

1.1.5 Teknologi Informasi

PT Kereta Api Indonesia (Persero) mengadopsi perkembangan Teknologi Informasi (TI) untuk memberikan kontribusi maksimal bagi perusahaan dalam memenangkan persaingan. Keberhasilan Perseroan melakukan perubahan strategi bisnis secara cepat dalam tiga tahun terakhir berkat dukungan pemanfaatan TI secara tepat. Komitmen PT Kereta Api Indonesia (Persero) untuk melakukan pengembangan TI dalam mendukung strategi bisnis perusahaan terbukti dengan peningkatan alokasi dana sebanyak 7 (tujuh) kali lipat sejak tahun 2010 sampai dengan tahun 2013. PT Kereta Api Indonesia (Persero) menuangkan strategi pengembangan TI dalam dokumen IT Master Plan dalam periode 5 tahun. Dokumen tersebut dilakukan *update & review* setiap tahun agar tetap selaras dengan strategi bisnis perusahaan.

Dalam dokumen IT Master Plan 2011-2015 disebutkan bahwa peran TI bagi Perseroan adalah sebagai *enabler* untuk mendukung ketahanan bisnis perusahaan. Pada tahun 2013, fokus utama pengembangan aplikasi adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan & implementasi SAP untuk kategori *Support Business Application*. Fokus pengembangan SAP pada tahun 2013 dilakukan untuk mendukung target besar Perseroan untuk pembuatan laporan keuangan Perseroan tahun 2014 menggunakan aplikasi SAP. PT Kereta Api Indonesia (Persero) menetapkan aplikasi SAP sebagai aplikasi utama pendukung proses bisnis perusahaan karena sistem SAP telah sesuai dengan *best practice* yang terbukti sukses diimplementasikan pada banyak perusahaan-perusahaan besar di seluruh dunia. Pada tahun 2013, implementasi SAP merupakan lanjutan dari implementasi SAP yang telah dilakukan oleh Perseroan sejak tahun 2010. Pada tahun 2010, PT Kereta Api Indonesia (Persero) telah mengimplementasikan SAP modul HR (*Human Resources*) dan FICO (*Financial & Control*). Pada tahun 2013, Perseroan melakukan implementasi modul-modul sebagai berikut:
 - a. SAP MM (*Material Management*) adalah modul SAP yang digunakan untuk mengelola data persediaan (*inventory*) barang dan logistik.
 - b. SAP PM (*Plant Maintenance*) adalah modul SAP yang digunakan untuk mengelola data perawatan sarana kereta, gerbong, & lokomotif.

- c. *SAP Cash Management* adalah sub modul dari SAP FICO digunakan untuk mengelola arus kas masuk/keluar.
 - d. *SAP Payroll* adalah sub modul dari SAP HR (*Human Resources*) untuk mengelola data gaji karyawan.
2. Pengembangan & implementasi *E-Ticketing* untuk kategori *Core Business Application*. PT Kereta Api Indonesia (Persero) melakukan pengembangan *E-Ticketing* untuk mengelola sistem tiket kereta komuter di Jabodetabek. Implementasi sistem *E-Ticketing* merupakan kelanjutan dari implementasi sistem RTS (*Rail Ticket System*). Sistem RTS (*Rail Ticket System*) diterapkan sejak tahun 2011 terbukti mendukung peningkatan pelayanan kereta api jarak menengah dan jauh. Penerapan RTS memberikan kemudahan penumpang dalam melakukan pembelian tiket, tempat pemesanan tiket yang sangat banyak, pemesanan tiket secara *online*, pemberantasan calo, dan lain sebagainya. PT Kereta Api Indonesia (Persero) menerapkan sistem *E-Ticketing* sejak pertengahan tahun 2013. Implementasi *Sistem E-Ticketing* dan *E-Gate* sangat berpengaruh terhadap keberhasilan kegiatan penataan stasiun dan KRL Jabodetabek tahun 2013. Dengan implementasi *system ETicketing* dan *E-Gate* ini, orang yang bisa masuk stasiun dan naik KRL adalah hanya orang yang sudah mempunyai tiket sehingga saat ini stasiun bisa rapi, bersih, tidak berdesak-desakan dan tidak ada lagi penumpang yang naik di atap KRL.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Sebagian besar penduduk Indonesia saat ini memanfaatkan internet untuk mempermudah segala aktivitasnya, hal tersebut membuat internet terus berkembang dengan sangat pesat, bahkan yang sebelumnya internet hanya dapat dinikmati oleh beberapa orang tertentu saja dan fungsinya yang terbatas, namun saat ini hampir setiap orang dapat menggunakannya setiap hari. Internet saat ini dapat digunakan dengan fungsi yang bermacam-macam, salah satunya yaitu perdagangan bisnis atau dapat dikatakan e-commerce.

Populasi pengguna internet di Indonesia berkembang sangat pesat. Menurut Hasil kerjasama APJII dan Pusat Kajian Komunikasi Universitas Indonesia pada tahun 2014 lalu di beberapa wilayah Indonesia seperti Wilayah Sumatera,

Wilayah Jawa dan Bali, Wilayah Kalimantan, Wilayah Sulawesi, Wilayah Nusa Tenggara, Maluku dan Papua menemukan hasil bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 252.4 Juta orang dari tahun sebelumnya yang hanya mencapai 248,9 Juta orang (APJII, 2014).

Adanya peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia pada setiap tahunnya ini dimanfaatkan oleh industri jasa untuk melakukan perkembangan layanan dengan berbasis internet. Salah satu bentuk perkembangannya adalah dengan memberikan pelayanan yang lebih modern dengan memberikan kemudahan kepada calon penumpang dalam melakukan reservasi online. Internet yang terus memberikan fungsi yang beragam ini dapat merubah pelayanan manual menjadi lebih modern atau yang sering disebut reservasi online.

Adanya reservasi online tersebut mengharuskan perusahaan untuk mengembangkan dan meningkatkan jasa pelayanan, salah satunya yaitu dalam perusahaan transportasi darat seperti kereta api. Peranan kereta api menjadi bagian yang sangat penting dan dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Kereta api merupakan alat angkut penumpang dan barang antar kota yang ada di wilayah provinsi Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Sumatera Selatan, dan Lampung serta semua provinsi di Jawa dan diharapkan adanya jasa angkut kereta api ini masyarakat banyak menggunakan kereta api sehingga pemakaian kendaraan pribadi dapat berkurang. Selain itu kereta api telah menyediakan jadwal kepada konsumen sehingga calon penumpang dapat memilih waktu yang telah tersedia sesuai dengan yang diinginkan.

Semakin banyaknya penawaran jasa angkut menjadikan kondisi persaingan semakin ketat, hal tersebut perlu diperhatikan oleh perusahaan agar tetap mampu bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar saat ini. Sehingga perusahaan dituntut untuk mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh penumpang dan perusahaan berusaha untuk menghasilkan kinerja dan memberikan pelayanan sebaik mungkin untuk dapat memuaskan pelanggan.

Perusahaan dituntut unggul dalam setiap perkembangan yang terjadi sehingga memiliki daya saing yang mampu mewujudkan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) perusahaan. Salah satu nilai kompetitif adalah kualitas

pelayanan dengan penerapan teknologi di dalamnya. *E-Commerce* atau *e-Business* adalah salah satu bentuk penerapan teknologi elektronik yang berbentuk *Information and Communication Technology* (ICT) dalam proses bisnis. Seiring dengan semakin pesatnya kemajuan dalam dunia teknologi saat ini, kebutuhan akan kemudahan dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi informasi dalam memenuhi kebutuhan dalam masyarakat semakin meningkat, salah satunya adalah pemanfaatan media internet (*on-line*) yang digunakan untuk memperoleh informasi. Sejak ditemukannya teknologi internet tersebut pada tahun 1990-an penggunaannya meluas karena dipandang memberikan manfaat yang sangat besar bagi kelancaran proses-proses bisnis. Dengan adanya peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia yang cukup signifikan dari tahun ke tahun membuat pelaku bisnis memanfaatkan internet dalam upaya meningkatkan pelayanannya. Hal ini yang dimanfaatkan pula oleh PT. Kereta Api Indonesia untuk meningkatkan kualitas pelayanan terutama di sektor penyediaan jadwal dan pelayanan tiket.

Untuk lebih mengoptimalkan proses bisnis, perusahaan dituntut untuk secara terus menerus meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Salah satunya adalah penggunaan *website E-commerce* berbasis *business to customer* (B2C) yang berperan sebagai penyedia segala informasi yang dapat diakses oleh konsumen secara *real time*, 24 jam *non-stop* di seluruh dunia.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) (disingkat KAI atau PT KAI) adalah Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang menyelenggarakan jasa angkutan kereta api. PT Kereta Api Indonesia (KAI) sebagai penyedia tunggal jasa angkutan kereta api di Indonesia juga ikut andil dalam meningkatkan teknologi didalam perkembangan perusahaannya. PT KAI membawahi 9 (sembilan) Daerah Operasi (DAOP) dan Divisi Regional (DIVRE) yaitu Daop 1 Jakarta, Daop 2 Bandung, Daop 3 Cirebon, Daop 4 Semarang, Daop 5 Purwokerto, Daop 6 Yogyakarta, Daop 7 Madiun, Daop 8 Surabaya, dan Daop 9 Jember, sedangkan Divre 1 Sumut, Divre 2 Sumbar, dan Divre 3 Sumsel. Untuk Daerah Operasi II Bandung memiliki empat stasiun besar, di antaranya adalah stasiun Bandung, stasiun Kiaracondong, stasiun Tasikmalaya, dan stasiun Purwakarta sedangkan

stasiun kereta api kelas menengah di antaranya adalah stasiun Padalarang, stasiun Cipeundeuy, stasiun Ciamis, dan stasiun Banjar. Gudang kereta api berada di stasiun Bandung, sedangkan depo lokomotif berada tak jauh dari stasiun Bandung. Kota Bandung mempunyai dua stasiun yaitu Stasiun Kiaracondong melayani rute untuk kelas ekonomi sedangkan stasiun Bandung untuk kelas bisnis dan eksekutif. Stasiun Bandung adalah stasiun kereta api kelas besar yang terletak di Kota Bandung dan merupakan stasiun terbesar yang berada dalam pengelolaan PT Kereta Api Indonesia Daerah Operasi II Bandung. Tidak hanya itu, Stasiun Bandung menjadi stasiun pertama sekaligus percontohan pemberlakuan sistem check in dan boarding pass bagi para calon penumpang kereta api sejak 22 Februari 2016.

Berbagai inovasi dan perbaikan layanan terus dilakukan PT KAI untuk mengubah wajah perkeretaapian Indonesia. PT KAI mulai membenahi berbagai pelayanan kepada para pengguna jasa kereta api di Indonesia. Beberapa transformasi yang dilakukan di antaranya pemberlakuan system *boarding*, kapasitas penumpang 100%, larangan merokok di stasiun dan di dalam kereta, larangan pedagang asongan di stasiun dan di dalam kereta, fasilitas stasiun yang semakin lengkap, perluasan peron dan tempat parkir stasiun, serta system penjualan tiket yang semakin modern, terintegrasi dengan saluran internet, dan mudah diakses oleh seluruh masyarakat, adanya petugas on train cleaning (OTC) bertugas menjaga kebersihan Kereta Api selama dalam perjalanan. Terdapat dua petugas OTC di setiap Kereta yang siap melayani pelanggan kami. Perbaikan layanan kereta api ini tidak terlepas dari komitmen dan kerja keras para pegawai PT KAI. Terbukti, selama kurun waktu tiga tahun terakhir ini, PT KAI telah berhasil meraih berbagai penghargaan dari beberapa pihak. Penghargaan yang sangat membanggakan bagi PT KAI yaitu dengan diraihnya predikat “Best of The Best BUMN Inovatif Terbaik 2012” dalam ajang Anugerah BUMN 2012. Di ajang yang sama, PT KAI pun berhasil meraih Juara I dalam kategori Inovasi Pelayanan Publik BUMN Terbaik. Sejak tahun 2011 hingga 2012 sudah 62 penghargaan diraih oleh PT KAI. Bahkan, operasional layanan Angkutan Lebaran

tahun 2012 pun mendapat penghargaan khusus dari Menteri BUMN Dahlan Iskan, dengan memberikan nilai 8 untuk PT KAI.

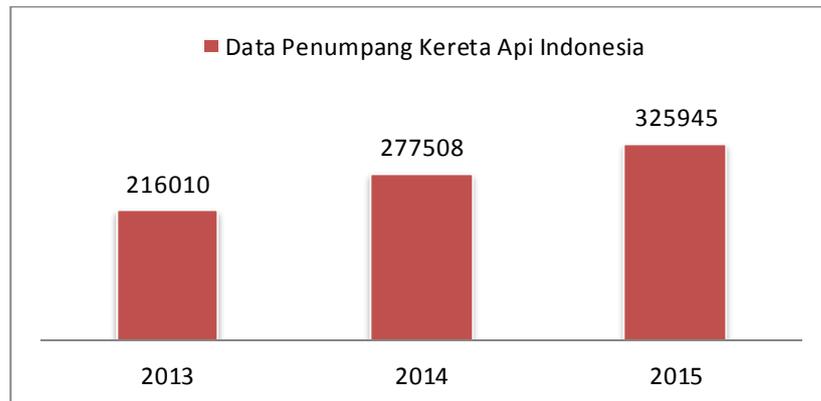
PT. Kereta Api Indonesia merubah waktu layanan tiket di stasiun. Sejak 1 Juli 2015 lalu, pemesanan tiket hanya dilayani dari pukul 09.00 s/d 16.00. Waktu istirahat 12.00 s/d 12.45. Sesuai dengan keinginan pemerintah meniadakan penjualan tiket di stasiun. Diantara sebabnya adalah mencegah calo tiket yang semakin pintar menjalan aksinya. Selain itu, masyarakat semakin mendapatkan kemudahan dengan membeli tiket secara online, sehingga lambat laun penjualan tiket di loket semakin menurun. Tiket kereta api lokal yang pembeliannya pada Hari H tetap dilayani 3 jam sebelum keberangkatan.

PT Kereta Api Indonesia akan memberlakukan sistem pembelian online untuk penjualan tiket kereta jarak jauh mulai tanggal 15 Agustus 2014. Dengan diberlakukannya sistem pembelian itu, maka tiket kereta jarak jauh tak akan lagi dijual di loket-loket di stasiun sistem ini diberlakukan untuk menghindari terjadinya antrean panjang di stasiun yang mengganggu kenyamanan di stasiun. Oleh karena itu, pihaknya menilai sistem online sebagai solusinya. PT KAI belum lama ini telah mengenalkan dan meluncurkan jenis layanan e-commerce terbaru sebagai bentuk usaha dalam meningkatkan kualitas dan pelayanan kepada para pelanggannya dengan menggunakan teknologi sebagai alat transaksi elektronik penjualan tiket kereta api. Solusi teknologi informasi yang diterapkan pada perusahaannya yaitu tiket elektronik untuk mempermudah calon penumpang dalam melakukan pemesanan tiket secara online dan mendapatkan info terkini terkait kereta api sehingga membeli tiket kereta api dapat dilakukan kapan dan dimana saja, semakin memudahkan calon penumpang untuk melakukan pembelian tiket tanpa harus mengantri di loket sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas biaya serta menciptakan nilai bisnis baru bagi perusahaan.

E-ticketing atau *electronic ticketing* adalah suatu cara untuk mendokumentasikan proses penjualan dari aktifitas perjalanan pelanggan tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik ataupun *paper ticket*. *E-Ticket* dapat didistribusikan melalui internet dan di *download* ke *smartcard* atau media

elektronik lainnya atau juga dicetak ke suatu kertas. Website dan aplikasi tiket elektronik pada perusahaan kereta api merupakan cara baru untuk mendistribusikan dan menjual tiket yang dipengaruhi oleh kekuatan internet. Kemudahan yang ditawarkan dari aplikasi KAI Access ini diantaranya:

1. Pembayaran yang fleksibel tanpa perlu mengantri di stasiun.
2. Pembayaran dapat dilakukan di ATM maupun swalayan terdekat.
3. Setelah pembayaran, calon penumpang bisa menunjukkan bukti pembayaran dan mencetak tiket sendiri di *booth* yang disediakan di stasiun. Beberapa stasiun kecil memang masih melayani pencetakan melalui customer service.
4. Untuk liburan misal seperti hari raya lebaran, calon penumpang bisa memesan tiket sejak jauh hari yakni hingga 3 bulan untuk menghindari keterbatasan kursi. Namun perlu diingat jika tiket online ini tidak bisa dilakukan 10 jam sebelum jadwal pemberangkatan.
5. Tak hanya mendaftarkan 1 orang saja, pengguna aplikasi pemesanan tiket kereta api online dapat mendaftarkan 3 kerabat lainnya dan menyimpan data penumpang lain tersebut di aplikasi ini. Data yang sudah disimpan bisa digunakan ulang untuk perjalanan selanjutnya.
6. Aplikasi KAI Access ini juga mampu mengingatkan penggunanya jadwal keberangkatan dengan memberi notifikasi pada aplikasi kalender yang terdapat dalam perangkat Android tersebut.
7. Ada juga Maps yang menunjukkan di mana lokasi stasiun terdekat.
8. Calon penumpang dapat memilih tempat duduk sendiri, hal ini tentu menguntungkan karena biasanya beberapa penumpang harus terpisah jika membeli tiket secara *offline*.
9. Tak hanya kereta api eksekutif dan bisnis, pembelian tiket kereta api ekonomi pun bisa dibeli secara online dari aplikasi KAI Access ini.



Gambar 1.3 Data Penumpang Kereta Api Indonesia 2013-2015

Sumber : Data yang telah diolah

Berdasarkan Gambar 1.5 dapat terlihat jumlah penumpang PT. Kereta Api Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, terlihat pada tahun 201 jumlah penumpang mencapai 216010 penumpang, pada tahun 2014 menjadi 277208 penumpang dan pada tahun 2015 terdapat 325945 penumpang.



Gambar 1.4 Data Penumpang Kereta Api Indonesia di Jawa 2013-2015

Sumber : Data yang telah diolah

Berdasarkan Gambar 1.6 terlihat PT. Kereta Api Indonesia mengalami kenaikan dan penurunan jumlah penumpang. Pada tahun 2013 mencapai 53532 penumpang, dan 2014 naik menjadi 64108 penumpang namun terjadi penurunan pada tahun 2015 menjadi 63090 penumpang.

Adanya tingkat kenaikan dan penurunan jumlah penumpang PT. Kereta Api Indonesia di Jawa tersebut membuat perusahaan harus terus meningkatkan kualitas layanan *e-ticket*. *E-ticket* yang diterapkan kereta api dapat dinikmati dan

mempermudah calon kereta api untuk membeli tiket, seperti calon penumpang tidak lagi harus ke stasiun untuk membeli tiket sehingga tidak perlu mengantri. Calon penumpang dapat melihat jadwal, harga, nama kereta, jadwal keberangkatan dan tersedianya tempat duduk melalui internet.

KAI sejak tahun 2014 telah menggunakan sistem aplikasi CRM (*Customer Relationship Management*) untuk penyelesaian masalah pelanggan. Pada tahun 2014 CRM hanya mengelola keluhan yang masuk via telepon ke *Contact Center* KAI 121. Tahun 2015 CRM sudah mengintegrasikan keluhan dari semua *channel* pengaduan yaitu telephone *Contact Center* KAI 121, *email* kontak_pelanggan@kereta-api.co.id, *twitter* @KAI121, dan *Facebook* KAI121 sehingga penanganan keluhan tersebut bisa tertangani dari berbagai *channel*. KAI juga mengelola keluhan pelanggan yang masuk melalui Web Lapor (www.lapor.go.id). Web Lapor adalah layanan aspirasi dan pengaduan *online* rakyat yang dikelola langsung oleh Kantor Staff Kepresidenan. KAI mulai mengelola keluhan yang masuk dari Web Lapor sejak Februari 2014.

2014

| No | Saluran Pengaduan Complaint Channel | Jumlah Pengaduan Number of Complaints | Status Tindak Lanjut Follow-Up Status | | |
|----|--|--|--|--------------------------------|----------------------|
| | | | Tidak Perlu Tindak Lanjut No Need to Follow Up | Dalam Proses In the process | Selesai Completed |
| 1 | CRM (via Call Center 121) | 9320 | 9320 | - | 9320 |
| 2 | Web Lapor | 201 | - | - | 201 |

2015

| No | Saluran Pengaduan Complaint Channel | Jumlah Pengaduan Number of Complaints | Status Tindak Lanjut Follow-Up Status | | |
|----|--|--|--|--------------------------------|----------------------|
| | | | Tidak Perlu Tindak Lanjut No Need to Follow Up | Dalam Proses In the process | Selesai Completed |
| 1 | CRM (Call Center, Email, Social Media) | 30572 | 30572 | - | 30572 |
| 2 | Web Lapor | 210 | - | - | 210 |

Gambar 1.5 Jumlah Pengaduan PT Kereta Api Indonesia

Sumber : Annual Report PT.Kereta Api Indonesia

Dari Gambar 1.6 terlihat bahwa saluran pengaduan PT. Kereta Api Indonesia terbagi menjadi 2 yaitu melalui CRM (via call center) dan Web lapor, sedangkan untuk jumlah pengaduan mengalami peningkatan dari tahun 2014 ke 2015, yang mana pada tahun 2014 terdapat 9320 jumlah pengaduan melalui CRM (via *call center*) dan 201 melalui Web lapor sedangkan pada tahun 2015 jumlah pengaduan melalui CRM mengalami peningkatan dengan jumlah 30572 dan Web lapor 210.

| Dimensi Dimension | Aspek Aspect | Atribut Attribute | Indeks KAI/ average Industri KAI Index / Industrial average | | Tracking 2014-2015 |
|----------------------|---|--|--|-----------|--------------------|
| | | | 2014 | 2015 | |
| STASIUN STATION | FISIK STASIUN NON PHYSICAL CONDITION OF STATION (4.17) | Area Stasiun Station Area | 4.09/4.17 | 4.15/4.10 | |
| | | Ruang Tunggu Stasiun Lounge | 4.08/3.92 | 4.15/4.04 | |
| | | Boarding Area | 4.09/4.28 | 4.19/4.17 | |
| | | Customer Service Area | 4.12/4.37 | 4.18/4.18 | |
| | | Lokasi Pembelian Tiket Ticket Purchase Area | 4.10/4.01 | 4.17/4.09 | |
| | NON FISIK STASIUN NON PHYSICAL CONDITION OF STATION (4.14) | Keramahan Petugas Officers Hospitality | 4.10/3.98 | 4.16/4.12 | |
| | | Akurasi Informasi & Waktu Pelayanan Information Accuration and Service Time | 4.11/4.01 | 4.17/4.17 | |
| | | Tarif dan Tiket Rate and Ticket | 4.02/4.02 | 4.09/4.09 | |
| | | Ketepatan Waktu Punctuality | 3.92/3.93 | 4.14/4.14 | |
| | | | | | |
| KERETA TRAIN | FISIK KERETA PHYSICAL CONDITION OF TRAIN (4.09) | Kondisi Fisik Kereta Physical Condition of Train | 4.14/4.09 | 4.12/4.12 | |
| | NON FISIK KERETA NON PHYSICAL CONDITION OF TRAIN (4.17) | Makanan dan Minuman Beverages | 3.99/3.99 | 4.05/4.05 | |
| | | Non-fisik Kereta Non-Physical Condition of Train | 4.19/4.15 | 4.17/4.17 | |

Gambar 1.6 Survei Kepuasan Pelanggan 2015

Sumber : Annual Report PT.Kereta Api Indonesia

Hasil survei kepuasan pelanggan di atas mencapai indeks 4,14 dari skala 1 – 5, meningkat dibandingkan survei tahun 2014 yang mencapai 4,09. Hal tersebut menunjukkan bahwa KAI berhasil meningkatkan kepuasan penumpang dibandingkan tahun lalu dilihat dari *satisfaction index* dalam berbagai aspek penilaian yang meliputi: Fisik Stasiun, Non Fisik Stasiun, Fisik Kereta dan Non Fisik Kereta.

Tabel 1.1 Data keluhan/klaim penumpang terhadap PT KAI tahun 2016

| Subjek | Deskripsi |
|--|---|
| Keluhan Terkait Program KAI lainnya | Kebijakan pembelian tiket di loket go show 3 jam sebelum keberangkatan mempersulit penumpang. Penumpang kemudian terpaksa membeli di agen dengan harga yang relatif lebih mahal. |
| Keluhan Kebijakan Sterilisasi Peron Stasiun dari Pengantar | Peminjaman idcard untuk penjemput pnp ibu hamil |
| Keluhan Pembayaran via Kartu Kredit/Internet Banking | Bpk Adrian melakukan pemesanan via kartu kredit namun notifikasi menginformasikan pembayaran gagal, kemudian pnp tersebut melakukan pemesanan kembali. Tetapi tidak lama kemudian pnp menerima email bahwa pemesanan pertama berhasil padahal pnp tsb sudah memesan kembali. Pnp menolak mendapat potongan 25% untuk pembatalan pemesanan pertama karena itu bukan kesalahan pnp tetapi sistem yang salah memberikan informasi. |
| Keluhan Keterlambatan Keberangkatan/ Kedatangan Kereta | Pnp mengeluhkan keterlambatan kereta Argo Jati Fakultatif karena persambungan kereta wisata. Pnp menyarankan untuk kereta wisata memiliki rangkaian kereta sendiri yang berbeda dengan kereta reguler. |
| Keluhan Terkait Fasilitas Umum Stasiun | Panggilan nomor antrian kurang jelas. Kalau bisa dibuat otomatis atau ada layar untuk nomor antrian. |
| Keluhan Terkait Ruang Tunggu | Penumpang mengeluhkan ruang tunggu stasiun kiaracandong sempit |

Berdasarkan laporan keluhan/complain pada bulan Juli hingga Desember 2016 terdapat total 87 keluhan/komplain yang masuk melalui *Customer Service* dengan subjek 19 subjek mengenai keluhan layanan stasiun maupun kereta seperti keluhan pelayanan loket, keluhan terkait program kai lainnya, keluhan pembatalan/pengalihan jadwal keberangkatan kereta, keluhan lain-lain, keluhan fasilitas mushola, keluhan terkait ruang tunggu, keluhan refund pembatalan belum dibayarkan, keluhan proses pemesanan, keluhan kebijakan sterilisasi peron stasiun dari pengantar, keluhan terkait peron, keluhan pembayaran via kartu kredit/internet banking, keluhan terkait fasilitas umum stasiun, keluhan menu makanan/minuman, keluhan antrian & keterlambatan keluhan keterlambatan keberangkatan/kedatangan kereta, keluhan pelayanan petugas security/pkd,

keluhan pelayanan petugas bording , keluhan pelayanan porter, keluhan terkait fasilitas parkir stasiun.

Tabel 1.2 Data keluhan/klaim penumpang terhadap PT KAI tahun 2016 mengenai tiket elektronik

| No | Bulan | Subjek | Deskripsi |
|----|-----------|--|---|
| 1 | Juli | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | - |
| 2 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | - |
| 3 | September | Keluhan terkait content website | Customer dtg ke CS Gubeng kurang lebih jam 18.30 untuk konfirmasi pembayaran pemesanan tiket via aplikasi kai access. |
| 4 | | Keluhan terkait content website | Penumpang pembelian tiket melalui akun resmi KAI (tiket.kereta-api.co.id) 3 kali melakukan booking. Sudah melapor bagian contact center tanggal 2 sept 2016. Karna calon penumpang tersebut tidak mendapatkan konfirmasi perihal berhasil atau tidaknya hasil bookingan. Sudah melakukan pembayaran, kemudian terdebit. Penumpang kembali menghubungi contact center. Dikatakan uang kembali beberapa hari, di minta untuk mengulang kembali pembookingan, kemudian gagal. Penumpang merasa sangat di rugikan |
| 5 | | Keluhan terkait content website | Mohon pemesanan via web pembatasan waktunya dikurangi, jangan 2x24jam, kalau bisa seperti kai acces. Terima kasih |
| 6 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | Pnp memesan tiket menggunakan KAI Access dengan metode pembayaran kartu kredit. Namun aplikasi Kai Access menyatakan transaksi pemesanan gagal. Kemudian Pnp memesan tiket kembali dan pemesanan sukses. Pnp datang ke customer service setelah di cek ternyata kedua pemesanan dengan kode booking SG9FLU dan GCQN1W sukses. Customer service menyarankan untuk membatalkan tiket salah satunya. Pnp merasa dirugikan atas sistem Kai Acces yang menyatakan pemesanan gagal tapi ternyata sukses, karena uang pembatalan |

| | | | |
|----|---------|--|--|
| | | | hanya kembali 75%. |
| 7 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | - |
| 8 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | - |
| 9 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | Bapak Thohirun datang ke kantor CSOS stasiun gubeng sekitar pukul 13.45 Wib. Mengeluhkan aplikasi KAI access mobile yang baru (pada android) yang tidak bisa memilih kursi. Padahal, sebelumnya bisa memilih kursi. |
| 10 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | KAI Access force closed |
| 11 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | Pnp mengalami kendala dalam melakukan pemesanan tiket melalui aplikasi KAI ACCES. |
| 12 | | Website tidak dapat diakses | - |
| 13 | | Website tidak dapat diakses | Pnp mengeluhkan 3x pemesanan tiket di website kereta-api.co.id tidak mendapatkan konfirmasi kode pembayaran lewat email sehingga pemesanan batal dan penumpang harus memesan lagi lewat chanel eksternal lain. |
| 14 | | Website tidak dapat diakses | - |
| 15 | Oktober | Keluhan terkait content website | Pnp mendapat info dari website mengenai pengembalian uang dari pembatalan tidak 30 hari. |
| 16 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | - |
| 17 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | Belum bisa pesan untuk januari 2017, padahal sudah cek pagi hari tgl 3 okt bisa dipesan, saat siang hari akan dipesan, tiket belum dijual, |
| 18 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | Lupa password untuk login aplikasi |
| 19 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | - |
| 20 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | Kendala tidak bisa pilih kursi di kai access |
| 21 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | Aplikasi kai acces untuk sebagian aplikasinya tidak bisa memilih tempat duduk |

| | | | |
|----|----------|--|---|
| 22 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | - Pnp melakukan pemesanan via KAI Access dengan kode booking U9LG38 |
| 23 | November | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | Kendala tdk bisa membayar via atm dan selalu gagal. Sdh dilaporkan via email ke tim IT, dan sedang dicari permasalahannya. |
| 24 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | Pemesanan gagal terus |
| 25 | Desember | Keluhan terkait content website | Pnp mengeluhkan jika informasi dari pihak Tiket.com (021) 2963-3600 terkait cetak boardingpass menginformasikan 12 jam sebelum keberangkatan maksimal 10 menit. Pnp menyarankan jika harus 1 informasi untuk semua eksternal. |
| 26 | | Keluhan terkait content website | Pembayaran dicancel oleh sistem karena pembayaran tidak berhasil dari m bca |
| 27 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | - |
| 28 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | - |
| 29 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | - |
| 30 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | Bapak Putriadhi datang ke cs st gubeng, mengeluhkan tidak adanya email konfirmasi dari aplikasi KAI Access. Mohon di perbaiki |
| 31 | | Kendala reservasi via aplikasi resmi kai | - |

Sumber : Data Internal PT. Kereta Api Indonesia

Berdasarkan laporan keluhan/complain pada bulan Juli hingga desember 2016(bulan Agustus tidak ada keluhan yang masuk mengenai tiket elektronik) terdapat total 31 keluhan/komplain yang masuk melalui *Customer Service* dengan subjek kendala reservasi via aplikasi resmi KAI, keluhan terkait *content website* dan *website* tidak dapat diakses. Informasi yang masuk berupa penumpang tidak dapat pesan konfirmasi pesanan, penumpang tidak dapat memilih kursi, perbedaan batas waktu pesanaan antara website dan aplikasi, dan penumpang mendapatkan informasi bahwa pengembalian uang pembatalan tidak 30 hari.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti melakukan penelitian dengan judul: "Pengaruh Kualitas Layanan Tiket Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen".

1.3 Perumusan Masalah

Menurut (Ariyanti & Nurmalasari, 2015) dalam penelitiannya mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Cabang Kalimantan bahwa kualitas layanan internet banking klikBCA dengan dimensi yang terdiri dari efisiensi, pemenuhan, kehandalan, dan privasi berpengaruh sebesar 60,9% terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut (Suryani & Sumiati, Juli 2010) mengenai kualitas layanan perbankan online terhadap kepuasan nasabah yang meliputi efisiensi, pemenuhan, ketersediaan sistem, privasi, jaminan (kepercayaan), dan sisi estetika secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan dan menurut (Supriyanti, Suyadi, & Riyadi, 2014) mengenai *efficiency, fulfillment, system availability*, dan *privacy* terhadap *eSatisfaction* pada nasabah PT. Danareksa Sekuritas menjelaskan bahwa nasabah merasa puas dengan aplikasi D'ONE dan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama dan secara individu antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari telaah beberapa hasil temuan penelitian di atas maka ditemukan konsistensi hasil penelitian kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Diantara sekian banyak model kualitas layanan online yang berkembang belakangan ini, tampaknya model yang paling komprehensif dan integratif adalah E-S-QUAL (*efficiency, fulfillment, system availability*, dan *privacy*) yang dikembangkan oleh Parasuraman

Jumlah penumpang PT. Kereta Api Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, terlihat pada tahun 2013 jumlah penumpang mencapai 216010 penumpang, pada tahun 2014 menjadi 277208 penumpang dan pada tahun 2015 terdapat 325945 penumpang. Semakin meningkatnya penumpang PT. Kereta Api Indonesia tersebut membuat perusahaan harus terus meningkatkan kualitas layanan *e-ticket*. *E-ticketing* atau *electronic ticketing* adalah suatu cara untuk mendokumentasikan proses penjualan dari aktifitas perjalanan pelanggan tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik ataupun paper ticket. E-Ticket dapat didistribusikan melalui internet dan di-download ke smartcard atau media elektronik lainnya atau juga dicetak ke suatu kertas

Berdasarkan laporan keluhan/complain pada bulan Juli hingga Desember 2016 terdapat total 31 keluhan/komplain yang masuk melalui Customer Service dengan subjek kendala reservasi via aplikasi resmi KAI, keluhan terkait content website dan website tidak dapat diakses. Informasi yang masuk berupa penumpang tidak dapat pesan konfirmasi pesanan, penumpang tidak dapat memilih kursi, perbedaan batas waktu pemesanan antara website dan aplikasi, dan penumpang mendapatkan informasi bahwa pengembalian uang pembatalan tidak 30 hari.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas layanan berdasarkan aspek efisiensi (*efficiency*) tiket elektronik pada PT Kereta Api Indonesia di kota Bandung?
2. Bagaimana kualitas layanan berdasarkan aspek pemenuhan kebutuhan (*fulfillment*) tiket elektronik pada PT Kereta Api Indonesia di kota Bandung?
3. Bagaimana kualitas layanan berdasarkan ketersediaan sistem (*system availability*) tiket elektronik pada PT Kereta Api Indonesia di kota Bandung?
4. Bagaimana kualitas layanan berdasarkan aspek privasi (*privacy*) tiket elektronik pada PT Kereta Api Indonesia di kota Bandung?
5. Bagaimana kualitas layanan tiket elektronik pada PT Kereta Api Indonesia di kota Bandung?
6. Bagaimana kepuasan konsumen tiket elektronik pada PT Kereta Api Indonesia di kota Bandung?
7. Seberapa besar pengaruh kualitas layanan tiket elektronik PT Kereta Api Indonesia terhadap kepuasan konsumen PT Kereta Api Indonesia di kota Bandung?

1.5 Tujuan Penelitian

Pada suatu penelitian tentunya ada tujuan yang ingin dicapai sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang diuraikan di atas, maka penelitian ini bertujuan

1. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai aspek efisiensi (*efficiency*) tiket elektronik PT Kereta Api Indonesia di kota Bandung
2. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai aspek pemenuhan kebutuhan (*fulfillment*) tiket elektronik PT Kereta Api Indonesia di kota Bandung
3. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai aspek ketersediaan sistem (*system availability*) tiket elektronik PT Kereta Api Indonesia di kota Bandung
4. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai aspek privasi (*privacy*) tiket elektronik PT Kereta Api Indonesia di kota Bandung
5. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai aspek kualitas layanan tiket elektronik PT Kereta Api Indonesia di kota Bandung
6. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai aspek kepuasan konsumen PT Kereta Api Indonesia di kota Bandung
7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan tiket elektronik terhadap kepuasan konsumen PT Kereta Api Indonesia di kota Bandung

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan tambahan pengetahuan bagi peneliti mengenai sejauh mana pengaruh kualitas layanan tiket elektronik terhadap tingkat kepuasan konsumen PT Kereta Api Indonesia di Kota Bandung. Serta bagi peneliti dapat menambah pemahaman mengenai hal-hal yang berhubungan dengan teori penerapan sistem tiket elektronik terhadap tingkat kepuasan konsumen PT Kereta Api Indonesia.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi perusahaan dalam mengidentifikasi pengaruh kualitas layanan tiket elektronik terhadap tingkat kepuasan konsumen PT Kereta Api Indonesia di Bandung dan hasil penelitian ini diharapkan, dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam merumuskan kebijakan untuk dapat meningkatkan penerapan sistem tiket elektronik terhadap tingkat kepuasan pelanggan di PT Kereta Api Indonesia.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk menjaga konsistensi dari tujuan penelitian ini, diperlukan batasan-batasan sehingga masalah yang diteliti tidak meluas serta pembahasan menjadi lebih terarah. Pembatasan ruang lingkup dalam penelitian ini adalah:

1. Lokasi penelitian dilakukan di PT Kereta Api Indonesia
2. Objek penelitian adalah konsumen PT Kereta Api Indonesia
3. Penelitian ini hanya difokuskan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan tiket elektronik terhadap tingkat kepuasan konsumen di PT Kereta Api Indonesia.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum mengenai isi dari tiap-tiap bab secara singkat. Adapun sistematika penulisan penelitian ini disajikan dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini menguraikan gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan bahasan permasalahan penelitian dan teori tersebut digunakan sebagai pendukung pemecahan permasalahan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, validitas realibilita dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi dari pengumpulan data serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Pada bagian ini dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian beserta rekomendasi bagi perusahaan maupun bagi penelitian lebih lanjut.

