

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan akan adanya jasa transportasi sangatlah penting dirasakan oleh semua pihak, baik kalangan atas, menengah dan bawah. Sarana transportasi dapat berupa darat, laut dan udara. Meningkatnya kebutuhan akan sarana transportasi seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk di Indonesia dan kebutuhan masyarakat khususnya masyarakat perkotaan akan jasa angkutan yang digunakan untuk mobilitas penumpang maupun barang untuk menunjang kegiatan ekonomi. Transportasi memiliki pengaruh yang sangat besar dalam aspek ekonomi. Perekonomian yang semakin berkembang ke arah globalisasi membutuhkan mobilitas yang tinggi, sehingga masyarakat akan semakin jeli dalam memilih sarana transportasi yang akan digunakan. Banyak perusahaan transportasi yang menawarkan dan berusaha merebut minat konsumen untuk menggunakan produk dan atau jasa yang ditawarkan dari sebuah perusahaan transportasi.

Salah satu alat transportasi darat yang digunakan oleh masyarakat untuk melakukan perjalanan jauh adalah kereta api dimana kereta api merupakan sarana transportasi yang memiliki kelebihan dibanding alat transportasi darat lainnya. Di Indonesia ini telah berdiri salah satu perusahaan yaitu PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*), yang bergerak dalam transportasi darat jenis Kereta Api, dimana perusahaan tersebut mampu melayani masyarakat untuk melakukan perjalanan, baik itu perjalanan jarak jauh (antar kota) maupun jarak

dekat (dalam kota). Dengan berjalannya waktu PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) pun mengalami dan menghadapi persaingan yang cukup kompleks di antara perusahaan – perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi khususnya seperti Bus, Angkutan Umum, travel *shuttle* hingga maskapai penerbangan.

Kereta api memiliki peranan penting dalam pelayanan jasa transportasi umum. Sebagai salah satu sarana transportasi umum, kereta api cukup diminati oleh masyarakat di Indonesia. Selain terbebas dari kemacetan, harga tiket kereta api juga dapat terjangkau oleh masyarakat. Namun pelayanan yang diberikan PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) belum sepenuhnya dapat dikatakan memuaskan, sehingga terjadi beberapa kali penurunan jumlah penumpang.

Permasalahan yang dihadapi oleh PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) adalah kurang lancarnya proses pelayanan pembelian tiket kereta api di stasiun sehingga menimbulkan antrian yang panjang di stasiun. Hal tersebut diperparah dengan banyaknya calo penjual tiket yang memanfaatkan keadaan untuk meraup keuntungan dengan menjual tiket di atas harga normal.

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. 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 (*Persero*) untuk meningkatkan kualitas pelayanan terutama di sektor pelayanan tiket.

Untuk mengatasi penumpukan calon penumpang yang terjadi di loket-loket pembelian yang mengakibatkan antrian yang panjang, PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) mencanangkan sistem reservasi tiket secara online yaitu sistem pemesanan tiket menggunakan media internet (*on-line*) tanpa harus datang dan membeli langsung tiket kereta api di loket-loket penjualan tiket di stasiun. Dengan diberlakukannya sistem ini, pembelian tiket kereta api menjadi semakin modern dan mudah karena tiket kereta api tersedia secara online di situs PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) (tiket.kereta-api.co.id), Indomaret, Alfamart, Alfamidi, Lawson, 7-Eleven, Pegadaian, Kantor Pos, beberapa agen dan travel resmi yang telah terdaftar. Bahkan tiket juga bisa dibeli melalui Aplikasi Hp (KAI Access, Tiket Kereta Api, Paditrain, Naik Kereta) dan beberapa portal online penjualan tiket (www.tiketkai.com, www.tiket.com).

Di dalam pelaksanaannya, program reservasi tiket online ternyata masih belum optimal. Hal ini terlihat dari masih banyaknya penumpukan jumlah calon penumpang di loket-loket pembelian tiket kereta api di stasiun pemberangkatan. Masih terdapat beberapa kekurangan dalam penggunaan sistem reservasi tiket online yang diberlakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*), pemesanan tiket secara *online* ternyata belum semudah yang

dibayangkan atau dipromosikan dalam situs PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*). Konsumen enggan membeli tiket kereta api secara online dikarenakan konsumen masih menganggap pembelian tiket menggunakan sistem reservasi tiket online tersebut masih terlalu rumit dan membingungkan bila dibandingkan dengan pembelian tiket secara langsung.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tia (2015) tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga tiket (belum termasuk layanan *online reservation ticket*) terhadap loyalitas pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) DAOP 2 Bandung menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan harga tiket terhadap loyalitas pelanggan jasa Kereta Api Ciremai Ekspres jurusan Bandung – Cirebon PP dapat dikatakan baik yaitu sebesar 72,3 %. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang besar terhadap loyalitas pelanggan dibandingkan dengan harga tiket terhadap loyalitas pelanggan.

Tujuan diterapkannya layanan reservasi tiket online yang diberlakukan adalah untuk meningkatkan pelayanan jasa sehingga dapat meningkatkan loyalitas pembeli untuk selalu menggunakan kereta api. Maka dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk meneliti kualitas pelayanan jasa reservasi tiket online yang meliputi faktor *reliability* (kemampuan untuk dipercaya), *accessibility* (kemudahan), *security* (keamanan), *efficiency* (efisien), *responsiveness* (daya tanggap), *communication* (memberikan komunikasi informasi yang jelas), yang diterapkan PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) Daerah Operasi 7 Madiun untuk menganalisis seberapa besar pengaruh tingkat kualitas layanan yang diberikan terhadap loyalitas pembeli tiket. Dalam hal

ini, PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) menargetkan penjualan tiket kereta secara *online* pada 2016 mencapai 90 persen dari total penjualan tiket.

Berdasarkan pernyataan di atas untuk memenuhi target tersebut dibutuhkan kualitas layanan reservasi yang baik. Kualitas layanan yang baik pada konsumen akan berdampak pada kepuasan konsumen dan akan berlanjut pada tingkat loyalitas konsumen pada produk jasa yang ditawarkan oleh pihak PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*). Menurut Lupiyoadi (Sirenia, 2013) terdapat 5 faktor yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen yaitu kualitas produk, harga, *service quality*/ kualitas pelayanan, *emotional factor*, biaya dan kemudahan mendapatkan produk. Tingkat loyalitas konsumen merupakan keuntungan lebih bagi perusahaan, dampak dari loyalitas ini konsumen yang telah memakai jasa layanan ini akan terus bertahan memakai jasa transportasi kereta api dan juga bisa ikut mempromosikan sehingga layanan reservasi online yang merupakan terobosan baru yang diberikan pihak PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) terhadap konsumen bisa lebih banyak di akses dan dimanfaatkan oleh konsumen lain sehingga memberikan keuntungan kepada perusahaan karena meningkatnya jumlah penumpang.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka penulis bermaksud mengadakan penelitian tentang **“Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan, Efisiensi, Daya Tanggap, dan Komunikasi Informasi Pembelian Tiket *Online* Terhadap Loyalitas Pembeli Tiket di PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) Daerah Operasi 7 Madiun (Studi Penelitian di Stasiun Besar Madiun).”**

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah faktor *reliability* (kemampuan untuk dipercaya) berpengaruh terhadap loyalitas pembeli tiket di PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) Daerah Operasi 7 Madiun ?
2. Apakah faktor *accessibility* (kemudahan) berpengaruh terhadap loyalitas pembeli tiket di PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) Daerah Operasi 7 Madiun ?
3. Apakah faktor *security* (keamanan) berpengaruh terhadap loyalitas pembeli tiket di PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) Daerah Operasi 7 Madiun ?
4. Apakah faktor *efficiency* (efisiensi) berpengaruh terhadap loyalitas pembeli tiket di PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) Daerah Operasi 7 Madiun ?
5. Apakah faktor *responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh terhadap loyalitas pembeli tiket di PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) Daerah Operasi 7 Madiun ?
6. Apakah faktor *communication* (komunikasi) informasi berpengaruh terhadap loyalitas pembeli tiket di PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) Daerah Operasi 7 Madiun ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor *reliability* (kemampuan untuk dipercaya) terhadap loyalitas pembeli tiket di PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) Daerah Operasi 7 Madiun.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor *accessibility* (kemudahan) terhadap loyalitas pembeli tiket di PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) Daerah Operasi 7 Madiun.
- c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor *security* (keamanan) terhadap loyalitas pembeli tiket di PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) Daerah Operasi 7 Madiun.
- d. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor *efficiency* (efisiensi) terhadap loyalitas pembeli tiket di PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) Daerah Operasi 7 Madiun.
- e. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor *responsiveness* (daya tanggap) terhadap loyalitas pembeli tiket di PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) Daerah Operasi 7 Madiun.
- f. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor *communication* (komunikasi) informasi terhadap loyalitas pembeli tiket di PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) Daerah Operasi 7 Madiun.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan dilaksanakan, diharapkan dapat memberi manfaat yang luas baik bagi penulis, PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) Daerah Operasi 7 Madiun, dan juga bagi perguruan tinggi.

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis serta menambah ilmu yang telah didapatkan dibangku kuliah.
2. Bagi PT. Kereta Api Indonesia (*Persero*) Daerah Operasi 7 Madiun penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan pertimbangan dalam penyempurnaan dan memaksimalkan layanan Reservasi Tiket Online agar dapat sesuai dengan keinginan dan dapat menciptakan loyalitas pembeli tiket kereta api dalam penggunaan jasa transportasi kereta api.
3. Bagi perguruan tinggi, bermanfaat sebagai masukan untuk perpustakaan yang berguna sekali bagi pihak-pihak yang berkepentingan untuk melakukan penelitian tentang masalah kualitas layanan dan loyalitas.