

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

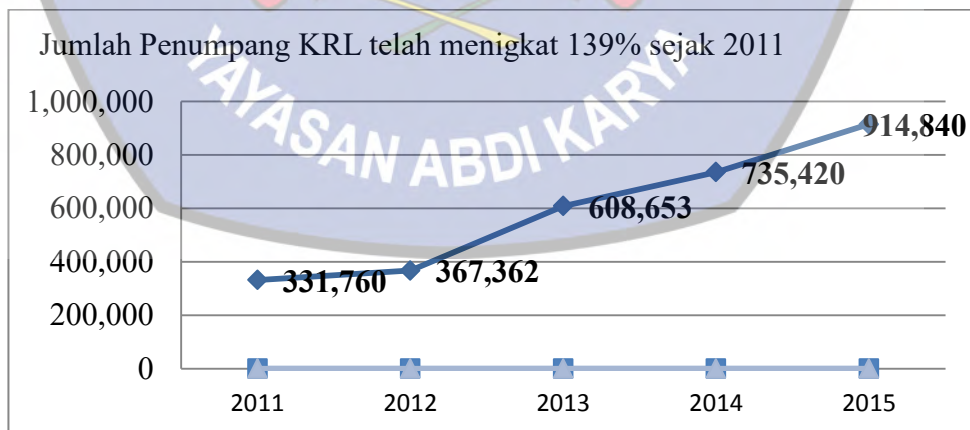
Sektor perhubungan adalah sebuah sektor yang menjadi tulang punggung bagi perkembangan ekonomi sebuah negara. Melalui sektor perhubungan maka ekonomi bergerak secara dinamis dari waktu ke waktu. Sistem perhubungan (transportasi) yang baik akan mendorong tumbuhnya ekonomi yang efisien dan berdaya saing. Transportasi secara umum terdiri dari transportasi darat, transportasi udara, dan transportasi laut, ketiga jenis transportasi ini memiliki peranan masing-masing. Transportasi darat adalah segala macam bentuk pemindahan manusia dan barang dari suatu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah moda transportasi kendaraan bermotor yang digerakkan oleh manusia yang didukung suatu infrastruktur jalan (jalan raya ataupun rel).

Kereta api adalah kendaraan yang digerakkan listrik, diesel atau tenaga uap berjalan digerakkan manusia dan dirangkaikan dengan kendaraan lain, yang akan atau sedang bergerak di atas rel, terdiri dari kereta penumpang dan kereta barang. Kereta Api Rel Listrik Jabodetabek *Commuter Line* adalah salah satu sarana transportasi strategis di jantung ibukota Jakarta dan sekitarnya (Bogor-Depok-Tangerang-Bekasi). Jabodetabek merupakan wilayah dengan mobilitas penduduk tertinggi di Indonesia setiap harinya lebih dari 25 juta jiwa melakukan aktifitas di jabodetabek.

Sebagai ibukota yang menjadi pusat pemerintahan, keuangan, perdagangan dan jasa-jasa lainnya Jakarta menjadi destinasi utama. Tingginya mobilitas penduduk dan barang belum diimbangi ketersediaan transportasi umum yang aman dan nyaman. Moda transportasi berbasis rel KRL *commuter line* merupakan salah satu moda transportasi yang melayani masyarakat jabodetabek dengan keunggulan waktu tempuh yang relatif lebih cepat, harga yang terjangkau dan daya angkut yang tinggi. KRL *commuter line* menjadi primadona transportasi publik dengan jumlah pengguna terus meningkat yang beroperasi hampir 20 jam sehari mulai dari pukul 04.30-23.00 WIB. Peningkatan jumlah penumpang yang mencapai 139% sejak 2011 meningkat pesat dari tahun ke tahun. Tahun 2011 jumlah penumpang 331,760 orang/hari sampai tahun 2015 peningkatan jumlah penumpang tercatat mencapai 914,840 orang/hari. Seperti yang terlihat pada tabel

Tabel 1.1

Peningkatan Jumlah Penumpang KRL per hari tahun 2011-2015.



Sumber: PT. KAI Cabang Jakarta 2015

Kondisi ini menunjukkan bahwa transportasi yang masif merupakan kebutuhan yang mendesak, karena tumbuh kembangnya sektor transportasi yang baik akan memberikan andil yang cukup besar bagi perkembangan di sektor lain seperti perdagangan, perindustrian, keuangan, dan jasa-jasa lain. Melalui pelayanan di 70 stasiun dengan total jangkauan rute hingga 184,5 km PT. KCI terus melakukan pengembangan. Penambahan armada KRL dan penambahan perjalanan dilakukan secara rutin setiap tahunnya sampai tahun 2019 dimana jumlah armada diharapkan dapat mengakomodir target 1.2 juta penumpang per hari di awal tahun 2019. Total armada KRL yang telah beroperasi sebanyak 666 unit sejak tahun 2011 sampai sekarang sudah melayani rata-rata 700-800 ribu penumpang per hari. Berikut data penambahan armada tahun 2011-2015.

Tabel 1.2

Penambahan Armada KRL Commuter Line Jabodetabek 2011 -2015.

Tahun	Jumlah KRL	Keterangan
2011	100	KRL Seri JR 203 Tokyo Metro seri 6000
2012	90	KRL Seri JR 203
2013	180	KRL Seri 205
2014	176	KRL Seri JR 205
2015	120	KRL Seri JR 205
Jumlah	666	

Sumber: www.krl.co.id

Sejak manajemen KRL Jabodetabek dipisahkan kepengurusannya dari induknya PT. KAI (Kereta Api Indonesia) kepada PT. KCJ (KAI *Commuter Line* Jabodetabek), banyak pihak berharap dengan pemisahan manajemen ini, kualitas pelayanan KRL *Commuter line* Jabodetabek dapat ditingkatkan. Alih-alih meningkatkan kualitas pelayanan, banyak pengguna mengeluhkan buruknya pelayanan angkutan massal ini. Pengguna KRL *Commuter Line* yang biasanya memanfaatkan kendaraan ini untuk beraktivitas pergi dan pulang kantor, mengeluhkan ketidaknyamanan yang mereka rasakan terutama di jam-jam sibuk pada pagi dan sore hari. Gangguan perjalanan kereta seperti kereta anjlok, kereta mogok, gangguan persinyalan, gangguan wessel (pemindah jalur), gangguan listrik, serta tidak tepatnya jadwal keberangkatan kereta menjadi kebiasaan sehari-hari para penggunanya.

Di satu pihak, manajemen perusahaan berupaya terus menerus untuk meningkatkan pelayanan, seperti memperbaiki sejumlah fasilitas di stasiun, membenahan fasilitas umum dengan mengutamakan kebersihan didalam kereta, memperbaiki dan memperpanjang peron-peron di sejumlah stasiun, kontinuitas informasi keberadaan rangkaian, hingga peremejaan gerbong. Keselamatan menjadi nilai utama PT. KCJ melakukan perawatan rutin mulai dari perawatan harian, bulanan hingga tahunan untuk mengurangi gangguan. Inovasi untuk pelayanan terus dilakukan salah satunya penerapan elektronik ticketing. Berkat penerapan *e-ticketing* antrian pembelian karcis dan antrian masuk stasiun berkurang signifikan bahkan pada jam paling sibuk sekalipun.

Dari pendapat sejumlah penumpang naik KRL *Commuter Line* ternyata lebih aman dibanding naik kendaraan lain di jalan raya. KRL *Commuter Line* kini sudah mulai menjadi angkutan favorit untuk sebagian masyarakat Jabodetabek, alasannya adalah faktor harga. Dalam konteks pemasaran jasa istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. (Tjiptono, 2014:198). Dengan menetapkan harga tiket yang sangat terjangkau tersebut sesuai dengan Peraturan Menteri Perhubungan nomor 28 tahun 2012, dalam peraturan tersebut angkutan umum harus menetapkan tarif harga sesuai kilometer yang dilalui. Penumpang hanya membayar Rp. 2.000,- untuk sejauh 25 Km itu sudah sangat murah, sebab mendapat subsidi. Untuk 10 Km berikutnya penumpang membayar Rp. 1.000,-.

Tabel 1.3

Penetapan Harga Progresif berlaku mulai 1 April 2015.

Tarif Harga Progresif KRL Jabodetabek	
Tarif harga 25 KM pertama	Rp. 2.000,-
Tarif harga 10 KM berikutnya	Rp. 1.000,-

Sumber : PT. KAI *Commuter* Jabodetabek

Kualitas layanan adalah perbandingan antara harapan pelanggan terhadap perusahaan dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginannya dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan yang diterimanya seperti ketepatan dan cara penyampaianya. Kualitas pelayanan yang maksimal diharapkan akan tercipta suatu kepuasan pada diri pelanggan. Menurut Kotler yang dikutip kembali oleh (Tjiptono, 2012:312) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat antara perusahaan dan atribut-atribut yang bersangkutan. Sehingga melahirkan citra yang baik, citra yang baik atau positif akan memberikan kesan yang baik bagi konsumen. Banyak sekali faktor-faktor pembentuk citra dimana faktor yang mewakili pembentuk citra adalah kualitas pelayanan dan kepuasan *customer*. Hubungan perusahaan dengan pelanggan yang harmonis memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut.

Dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. KAI Commuter Line Jabodetabek”**. (Studi Kasus: Pelanggan *Commuter Line* Stasiun Duri)

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. KAI *Commuter line* Jabodetabek?
2. Apakah terdapat Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. KAI *Commuter line* Jabodetabek?
3. Apakah terdapat Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. KAI *Commuter line* Jabodetabek?
4. Apakah Harga, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. KAI *Commuter line* Jabodetabek?

1.3 BATASAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, penelitian membatasi batasan masalah ini adalah sebagai berikut:

- 1) Pemilihan lokasi penelitian ini dilaksanakan pada stasiun PT. KAI *Commuter Line* Jabodetabekcabang Duri selama 3 bulan yaitu bulan April - Juni 2016.
- 2) Peneliti memilih pelanggan yang memiliki e-Tiket *multi trip card*.
- 3) Obyek penelitian ini memilih penumpang yang menggunakan KRL *commuter line* pada hari kerja.

1.4 TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian yang dilakukan oleh penulis berkaitan dengan masalah yang telah diuraikan diatas :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. KAI *Commuter line* Jabodetabek.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. KAI *Commuter line* Jabodetabek.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. KAI *Commuter line* Jabodetabek.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Citra perusahaan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. KAI *Commuter line* Jabodetabek.



1.4.2 Kegunaan Penelitian

1) Bagi Perusahaan

Penulis berharap dari hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan menciptakan kepuasan pelanggan pengguna KRL *commuter line*, serta mampu menjawab harapan masyarakat pengguna jasa KRL *commuter line* tersebut.

2) Bagi Penulis

Dengan penelitian ini peneliti berharap mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan, perubahan Harga dan citra perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa *Commuter Line*. Agar dapat menambah referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang Pemasaran jasa.

3) Bagi Akademik

Penulis berharap penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna menambah wawasan dan pengetahuan tentang Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Citra perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. KAI *Commuter line* Jabodetabek.

4) Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan para pembaca agar dapat diterapkan sebagai bahan pertimbangan dalam dunia ilmu pengetahuan Manajemen Pemasaran Jasa.