

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Seiring berkembangnya zaman, kebutuhan akan transportasi semakin meningkat. Mobilitas yang semakin tinggi dan beragam membuat kebutuhan akan transportasi yang cepat, mudah, murah dan aman semakin dibutuhkan dan diminati. Meskipun beberapa kegiatan sudah tergantikan dengan sistem online—yang mana mengurangi pertemuan fisik antara beberapa pihak—tetapi pertemuan secara langsung atau *face to face* masih menjadi pilihan utama bagi beberapa orang, selain kegiatan yang mereka lakukan memang membutuhkan pertemuan tatap muka.

Dalam kegiatan transportasi terdapat aktivitas ekonomi karena terdapat perpindahan barang dan manusia. Pengangkutan didefinisikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan, menurut Nasution, H.M.N (1996). Di Indonesia, kereta api merupakan salah satu yang mendominasi jasa transportasi darat karena kenyamanan dan harga yang terjangkau. Hal tersebut menjadi keunggulan tersendiri yang dimiliki kereta api dibanding jasa transportasi darat lainnya. Bisa disimpulkan bahwa kegiatan ekonomi yang berhubungan dengan kereta api akan menjadi kekuatan besar dari sektor transportasi.

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 23 tahun 2007 tentang perkeretaapian, pemerintah menunjuk PT Kereta Api Indonesia (selanjutnya disebut PT KAI) sebagai perusahaan tunggal yang diberi hak istimewa, yaitu hak untuk memonopoli pengelolaan jasa kereta api. Mulai dari penjualan tiket sampai dengan pemeliharaan kereta. Oleh karena penunjukan tersebut, sudah seharusnya PT KAI

memberikan layanan yang terbaik kepada konsumen. Pelayanan yang baik tidak bisa dianggap remeh, karena konsumen akan sangat sensitif terhadap pelayanan yang buruk.

Salah satu upaya memberikan layanan terbaiknya adalah dengan menciptakan sistem pembelian online atau *e-ticketing* melalui website PT KAI. Sistem pembelian *e-ticketing* ini diharapkan akan memberikan kemudahan dan kepuasan kepada konsumen sehingga kereta api merupakan pilihan utama di benak konsumen ketika memerlukan transportasi darat. *E-ticketing* adalah sebuah metode perdagangan, pembelian, dan penjualan tiket dari berbagai produk jasa khususnya jasa perjalanan melalui media internet dan komputer, Nicholas, Bienz. (2008).

Namun, dalam pelaksanaannya, masih terdapat permasalahan yang timbul dari penyediaan layanan *e-ticketing* ini. Diantaranya adalah tiket yang akan dipesan minimal harus lebih dari dua hari dari hari keberangkatan. Pemesanan *e-ticketing* juga dikenakan biaya tambahan bagi konsumen. Meskipun tidak mencapai 10% dari harga tiket, biaya tambahan ini mungkin saja bisa mengurangi kepuasan konsumen dalam pemesanan *e-ticketing*. Permasalahan lain adalah setelah pembelian tiket secara online, konsumen tetap diharuskan mencetak tiket fisik di stasiun untuk mendapatkan tiket yang sah dari PT KAI, yang artinya *e-ticketing* yang PT KAI sediakan adalah hanya dalam bentuk pemesanan saja, belum sampai pada penggunaan dan pengecekan tiket.

Dari beberapa permasalahan tersebut, maka peneliti berencana untuk meneliti tentang “Evaluasi Kualitas Layanan *E-ticketing* PT KERETA API INDONESIA Terhadap Kepuasan Konsumen”. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui respon tingkat kepuasan konsumen PT KAI dalam layanan pemesanan *e-ticketing* yang telah diberikan PT KAI.

B. RUMUSAN MASALAH

- Bagaimana kualitas layanan *e-ticketing* PT KAI?
- Bagaimana pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kualitas layanan PT KAI secara keseluruhan?

C. TUJUAN PENELITIAN

- Untuk mengetahui kualitas layanan *e-ticketing* PT KAI.
- Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kualitas layanan PT KAI secara keseluruhan.

D. MANFAAT PENELITIAN

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan pengetahuan dan digunakan sebagai media untuk mengamalkan ilmu yang telah didapat penulis selama menjalankan perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi sumber informasi dan referensi dalam meningkatkan kualitas pelayanan.