

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peningkatan pelayanan konsumen bagi perusahaan utilitas publik dengan ruang lingkup pelayanan yang relatif besar, identik dengan penambahan biaya operasinya. Hal tersebut terjadi karena perusahaan harus mendekatkan mutu pelayanan ke konsumen, agar tingkat standar pelayanan dapat tercapai. Konsekuensi dari pencapaian mutu pelayanan berkaitan dengan beban biaya operasi perusahaan yang akan naik secara signifikan dengan harapan penambahan jumlah konsumen yang signifikan juga. Dilema ini dirasakan oleh PT. Kereta Api Indonesia sebagai perusahaan utilitas publik dalam sektor transportasi yang harus memikirkan langkah dan strategi peningkatan mutu pelayanan yang baik dan tepat bagi kemajuan perusahaan agar dapat tetap *survive* dalam perkembangan jasa transportasi di Indonesia.

Kereta Api Argo Gede merupakan salah satu kereta api penumpang andalan PT. Kereta Api Indonesia yang beroperasi di wilayah operasi I dan II (Bandung dan Jakarta). Dalam perkembangannya Kereta Api Argo Gede ini tak luput dari keterpurukan dan kemunduran yang dialami PT. Kereta Api Indonesia. Hal ini, salah satunya dapat terlihat dari penurunan persentase jumlah penumpang yang menggunakan jasa transportasi Kereta Api Argo Gede. Berikut ini terlihat penurunan persentase jumlah penumpang Kereta Api Argo Gede Bandung – Jakarta PP periode bulan Januari, Februari dan Maret pada Tahun 2008.

Tabel 1.1
Perkembangan Penumpang Kereta Api Argo Gede
Periode Bulan Januari, Februari dan Maret Tahun 2008

Bulan	Bandung-Gambir		Gambir-Bandung		JUMLAH		%
	Tersedia	Terisi	Tersedia	Terisi	Tersedia	Terisi	
Januari	54900	40564	53350	36000	108250	76564	70.73
Februari	49950	34976	48550	30550	98500	65526	66.52
Maret	54900	35864	53350	31600	108250	67464	62.32
	159750	111404	155250	98150	315000	209554	66.53

Sumber: Data PT. Kereta Api Indonesia, DAOP 2, Tahun 2008

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah penumpang Kereta Api Argo Gede selama periode Bulan Januari sampai Maret Tahun 2008 secara umum mengalami penurunan, dari sebesar 76.564 pada bulan Januari, menjadi sebesar 65.526 pada bulan Februari, meskipun terjadi kenaikan kembali menjadi 67.464 pada bulan Maret. PT. Kereta Api Indonesia yang berusaha meningkatkan pelayanan bagi konsumennya dengan menambah ketersediaan jumlah tempat duduk di Kereta Api Argo Gede, namun dalam pelaksanaannya terlihat bahwa persentasi tempat duduk yang terisi mengalami penurunan yang signifikan dengan rata-rata 66,53% saja dari tempat duduk yang disediakan. Oleh karena itu, PT. Kereta Api Indonesia perlu untuk memikirkan dan menentukan langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan konsumen bagi kemajuan perusahaan. Langkah ini dapat berupa peningkatan prioritas-prioritas utama pelayanan yang diperlukan bagi konsumennya serta mengurangi pelayanan yang kurang atau tidak diperlukan bagi kebutuhan konsumen. Sehingga diharapkan konsumen akan tetap menggunakan jasa transportasi ini, yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi besar bagi peningkatan kemajuan perusahaan.

1.2 Identifikasi Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang masalah berkaitan penurunan volume penumpang serta persentasi tempat duduk yang terisi pengguna Kereta Api Argo Gede, memperlihatkan rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan jasa PT. Kereta Api Indonesia, yang merupakan sebuah indikasi akan rendahnya kualitas pelayanan kereta api, baik hal yang menyangkut keamanan, ketepatan waktu, kemudahan, keandalan, serta tingkat keselamatannya. Hal ini memperlihatkan adanya permasalahan yang terindikasikan dari:

1. Masih adanya keluhan-keluhan konsumen pengguna Kereta Api Argo Gede dalam hal kualitas pelayanan, seperti pelayanan yang kurang ramah, kurang tepat waktu dan lain-lain.
2. Masih banyaknya konsumen yang belum merasa puas dengan pelayanan yang ditawarkan oleh Kereta Api Argo Gede.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

1.3.1 Pembatasan Masalah

Agar lebih terarahnya penelitian pada ruang lingkup penganalisaan yang sistematis serta untuk mengatasi masalah yang terlalu luas dan kompleks maka diperlukan adanya batasan-batasan, sebagai berikut:

1. Layanan yang diamati dilakukan oleh konsumen PT. Kereta Api Indonesia menggunakan Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung–Jakarta/Jakarta–Bandung pada bulan Juli Tahun 2008
2. Dimensi kualitas jasa yang digunakan dikembangkan berdasarkan model yang dibangun oleh A. Parasuraman, Zethaml dan Berry (1990).
3. Dimensi loyalitas konsumen yang digunakan dikembangkan berdasarkan model yang dibangun oleh Sunarto (2003).

1.3.2 Asumsi

Asumsi yang diberikan dalam penelitian adalah:

1. Penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan 95% dengan taraf nyata sebesar 5%.
2. Penelitian ini menggunakan tingkat ketelitian 10%.
3. Tidak ada perubahan situasi dan kondisi yang berarti di Kereta Api Argo Gede Jurusan Bandung-Jakarta/Jakarta-Bandung, saat dilakukan penelitian dari awal sampai selesai.

1.4 Perumusan Masalah

Bertolak dari latar belakang dan identifikasi masalah, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah kesenjangan antara persepsi dan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan Kereta Api Argo Gede saat ini (gap 5)?
2. Bagaimanakah kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dengan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan Kereta Api Argo Gede (gap 1)?

3. Bagaimanakah kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dengan spesifikasi kualitas jasa yang telah ditetapkan oleh Kereta Api Argo Gede (gap 2)?
4. Bagaimanakah kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa yang telah ditetapkan oleh Kereta Api Argo Gede dengan penyampaian jasa yang telah dilakukan oleh Kereta Api Argo Gede (gap 3)?
5. Bagaimanakah kesenjangan antara penyampaian jasa yang telah dilakukan oleh Kereta Api Argo Gede dengan komunikasi eksternal pada Kereta Api Argo Gede (gap 4)?
6. Bagaimana tingkat loyalitas konsumen Kereta Api Argo Gede?
7. Sejauh mana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Kereta Api Argo Gede?
8. Usulan apa saja yang perlu dilakukan untuk peningkatan kepuasan konsumen dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumen Kereta Api Argo Gede?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui dan menganalisis kesenjangan antara persepsi dan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan Kereta Api Argo Gede saat ini (gap 5).
2. Mengetahui dan menganalisis kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dengan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan Kereta Api Argo Gede (gap 1).
3. Mengetahui dan menganalisis kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dengan spesifikasi kualitas jasa yang telah ditetapkan oleh Kereta Api Argo Gede (gap 2).
4. Mengetahui dan menganalisis kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa yang telah ditetapkan oleh Kereta Api Argo Gede dengan penyampaian jasa yang telah dilakukan oleh Kereta Api Argo Gede (gap 3).

5. Mengetahui dan menganalisis kesenjangan antara penyampaian jasa yang telah dilakukan oleh Kereta Api Argo Gede dengan komunikasi eksternal pada Kereta Api Argo Gede (gap 4).
6. Mengetahui tingkat loyalitas konsumen Kereta Api Argo Gede.
7. Mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Kereta Api Argo Gede.
8. Mengusulkan upaya yang perlu dilakukan untuk peningkatan kepuasan konsumen dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumen Kereta Api Argo Gede.

Hasil penelitian ini selanjutnya akan digunakan sebagai dasar dalam pelaksanaan pelayanan Kereta Api Argo Gede yang lebih baik dalam meningkatkan loyalitas konsumennya.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan
Hasil penelitian ini merupakan informasi yang bermanfaat yang dapat digunakan sebagai masukan dalam pengambilan keputusan guna memecahkan masalah dan merumuskan kebijaksanaan dalam memperoleh loyalitas konsumen melalui kepuasan dalam kualitas pelayanan yang diberikan Kereta Api Argo Gede.
2. Bagi pihak-pihak lain
Penelitian ini memberikan sumbangan informasi dalam menganalisis kualitas pelayanan melalui kepuasan konsumennya, serta informasi berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.
3. Bagi penulis
Untuk menambah wawasan dan pemahaman ilmu pengetahuan di bidang Teknik Industri, khususnya bidang pemasaran berkaitan masalah yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar pemahaman dan pemecahan masalah lebih terstruktur dan sistematis, maka penulis menyusun suatu bentuk penulisan penelitian sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat/kegunaan penelitian dan sistematika penulisan

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan landasan teori berupa uraian mengenai teori-teori yang mendukung penelitian ini sebagai dasar pemikiran dan pemecahan masalah.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini berisi tentang uraian langkah-langkah yang dilakukan selama penelitian dan penulisan laporan Tugas Akhir. Pada bab ini dipaparkan teknik pengumpulan data serta teknik pengolahan data berdasarkan metoda yang telah ditetapkan.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Bagian ini berisi keseluruhan data hasil observasi yang menampilkan informasi mengenai objek penelitian dan hasil pengumpulan data.

BAB 5 PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

Bagian ini berisi tentang pengujian alat ukur, pembahasan hasil pengumpulan dan hasil pengolahan data. Pembahasan dimulai dengan analisis secara keseluruhan terhadap hasil pengolahan data, dan kemudian pembahasan mengenai upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan, serta pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen Kereta Api Argo Gede.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan dan ditetapkan oleh perusahaan berdasarkan hasil penelitian serta saran-saran yang diberikan bagi perusahaan dan untuk penelitian lebih lanjut.