

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transportasi darat adalah salah satu dari berbagai sarana transportasi di Indonesia seperti darat, laut, dan udara yang paling diprioritaskan oleh pemerintah dan para pelaku bisnis karena sangat berpengaruh terhadap aktivitas sehari-hari seperti ekonomi, pengiriman barang atau jasa, angkutan penumpang, dan sebagainya. Transportasi darat dipilih masyarakat karena memiliki harga yang cenderung lebih murah dibandingkan sarana transportasi lain dengan tujuan yang sama (Surianto & Istriani, 2019).

Banyaknya pilihan transportasi darat yang dapat dijadikan alternatif untuk mengatasi permasalahan kebutuhan angkutan umum adalah Kereta Rel Listrik (KRL). KRL merupakan salah satu transportasi darat yang banyak menjadi pilihan masyarakat jika dibandingkan dengan moda transportasi darat lainnya. Layanan KRL dinilai lebih efisien, dapat mengangkut lebih banyak orang dan barang dalam sekali perjalanan, dan lebih sedikit menimbulkan polusi udara (Kurniawan & Astuti, 2023).

Dalam Rabia et al.(2020) KRL *Commuter line* adalah transportasi angkutan umum cepat komuter yang berbasis kereta rel listrik yang dioperasikan dan diatur oleh PT. Kereta *Commuter* Indonesia (PT.KCI) dari anak perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (PT.KAI). KRL *Commuter line* sendiri sudah dioperasikan sejak tahun 1925 di wilayah Jakarta, sekarang KRL *Commuterline* sudah melayani masyarakat atau warga sipil di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang hingga Bekasi (*JABODETABEK Line*).

Tabel 1.1 Total pengguna KRL *Commuter line* sejabodetabek

Tahun	Bulan	Volume Pengguna
2022	April	15.890.442
	Mei	17.075.071
	Juni	18.325.796
	Juli	19.467.362
	Agustus	19.387.798
	September	20.586.889
	Oktober	21.806.815

Tahun	Bulan	Volume Pengguna
	November	21.588.614
	Desember	23.118.186
2023	Januari	22.716.957
	Februari	20.810.770
	Maret	23.855.703
	April	21.401.906

Sumber : Data PT.KCI

Berdasarkan pada tabel 1.1 diketahui pada tahun 2022 pengguna krl *commuter line* mengalami kenaikan yang signifikan dan pada bulan desember tahun 2022 pengguna krl mencapai paling tinggi di tahun tersebut. Namun, pada awal januari 2023 pengguna krl *commuter line* mengalami penurunan sebesar 401.229 pengguna dan terus berkurang di bulan selanjutnya sebanyak 1.906.187 pengguna, dan pada bulan maret mengalami kenaikan yang cukup besar yaitu 3.044.933 pengguna akan tetapi pada bulan april mengalami penurunan sebanyak 2.453.797.

Dalam KRL terdapat satu stasiun transit yang paling penting dan ramai pada komuter Jabodetabek yaitu Stasiun Transit Manggarai, stasiun transit terbesar dan tersibuk di Indonesia yang bisa menampung sekitar seribu perjalanan per hari. Stasiun Manggarai terdapat pada DAOP atau Daerah Operasi 1 Jakarta. Stasiun Manggarai dapat melayani transit KRL dari beberapa jalur Operasi Jabodetabek, dan menjadi salah satu stasiun yang dilewati rel lintasan kereta api antar kota serta kereta api bandara (Railink) Sokerno-Hatta (Kurniawan et al., 2023).

Tabel 1.2 Volume pengguna KRL *Commuter Line* di stasiun manggarai

Tahun	Bulan	Volume Pengguna
2022	April	351.913
	Mei	386.224
	Juni	377.423
	Juli	386.066
	Agustus	396.227
	September	411.016
	Oktober	415.290
	November	407.055
2023	Desember	431.095
	Januari	418.787

Tahun	Bulan	Volume Pengguna
	Februari	380.986
	Maret	414.346
	April	362.359

Sumber : Data PT.KCI

Berdasarkan pada tabel 1.2 diketahui pada tahun 2022 pengguna krl *commuter line* mengalami kenaikan yang signifikan dan pada bulan desember tahun 2022 pengguna krl mencapai paling tinggi di tahun tersebut. Namun, selama awal tahun 2023 pengguna *commuter line* di Stasiun Manggarai mengalami penurunan pembelian atau pemakaian.

Menurut Lovelock et al., (2007) Pembelian dapat menyebabkan reaksi seperti kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, kenetralan, kegembiraan, dan kesenangan. Tidak mengherankan bahwa pebisnis berfokus pada kepuasan pelanggan karena pelanggan yang puas lebih cenderung bertahan dengan perusahaan yang sama. Dalam strategi pemasaran, salah satu faktor penting yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan adalah tingkat kepuasan pelanggan, makin senang pelanggan makin meningkat juga penjualan.

Tabel 1.3 Daftar Keluhan Pelanggan KRL *Commuter Line* di Stasiun Manggarai

No.	Keluhan	Jenis Keluhan
1.	Harus membeli kartu kereta multi trip seharga 30.000 sedangkan sebelumnya ada kartu kereta harian yang dapat ditukar dengan uang dan kartu multi trip kurang terjangkau untuk pelajar	Persepsi Harga
2.	Bangku prioritas yang digunakan oleh penumpang yang bukan prioritas	Fasilitas
3.	Eskalator tidak bisa digunakan	Fasilitas
4.	Kereta selalu ditahan lebih dari 15 menit tanpa ada <i>announcement</i> .	Ketepatan Waktu
5.	Keterlambatan kedatangan dan keberangkatan kereta tidak sesuai jadwal	Ketepatan Waktu

Sumber <http://cakruk.com/komplain-kereta-krl/>

Pada tabel 1.3 diketahui adanya keluhan tersebut membuat tingkat kepuasan pelanggan menurun yang dapat berimbas pada penjualan. Artinya terdapat masalah dalam kepuasan pelanggan KRL *Commuter line* di Stasiun Manggarai yaitu bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh persepsi harga, fasilitas, dan ketepatan waktu.

Berdasarkan daftar keluhan pelanggan pada tabel 1.3 faktor pertama yang diduga dapat berpengaruh menurunkan tingkat kepuasan pelanggan adalah persepsi harga. Menurut Wibowo dan Hendratmoko (2023) Harga adalah nilai nominal dari suatu produk atau jasa yang harus dibayar atau dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang diinginkan. Selain itu, harga adalah salah satu dalam komponen bauran pemasaran yang dapat menambahkan pendapatan bagi perusahaan. Harga yang baik menurut pelanggan, akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan karena pelanggan merasa puas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulyani (2019) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Nilai Pelanggan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Efisiensi (Pada Pengguna Jasa Transportasi Bus Efisiensi Di Purwokerto)” bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor kedua yang diduga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan adalah fasilitas. Menurut Fadillah dan Intisari (2021) Fasilitas adalah sarana beserta prasarana yang diadakan oleh perusahaan di lingkungan dalam perusahaan dengan tujuan untuk memberikan layanan terbaik yang mungkin dapat membuat pelanggan atau konsumen bisa merasa nyaman dan puas. Fasilitas yang lengkap dan baik dapat menunjang kepuasan pelanggan. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Satrya et al., (2023) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Angkutan Feeder 1 Trans Semarang)” bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor terakhir yang diduga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan yaitu ketepatan waktu. Menurut Rahmasari & Triyono (2023) Ketepatan waktu dalam transportasi kereta api ataupun listrik adalah pemberangkatan dan kedatangan kereta yang sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan sebelumnya di Grafik Perjalanan Kereta Api atau GAPEKA. Semakin tepat waktu suatu transportasi, maka semakin puas pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Oktaviasari & Rachma (2018) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan” bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ PENGARUH PERSEPSI HARGA, FASILITAS, DAN KETEPATAN WAKTU TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KRL *COMMUTER LINE* DI STASIUN MANGGARAI RUTE BOGOR – JAKARTA KOTA ”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat diketahui penelitian ini mengajukan masalah penelitian bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen KRL *Commuterline* dengan pengaruh harga, ketepatan waktu dan kualitas pelayanan. Dari masalah penelitian tersebut dapat disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *Persepsi Harga* berpengaruh terhadap *Kepuasan Pelanggan KRL Commuter line* di Stasiun Manggarai rute Bogor – Jakarta Kota ?
2. Apakah *Fasilitas* berpengaruh terhadap *Kepuasan Pelanggan KRL Commuter line* di Stasiun Manggarai rute Bogor – Jakarta Kota ?
3. Apakah *Ketepatan Waktu* berpengaruh terhadap *Kepuasan Pelanggan KRL Commuter line* di Stasiun Manggarai rute Bogor – Jakarta Kota ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk menganalisis pengaruh *Persepsi Harga* terhadap *Kepuasan Pelanggan KRL Commuter line* di Stasiun Manggarai rute Bogor – Jakarta Kota.
- b. Untuk menganalisis pengaruh *Fasilitas* terhadap *Kepuasan Pelanggan KRL Commuter line* di Stasiun Manggarai rute Bogor – Jakarta Kota.
- c. Untuk menganalisis pengaruh *Ketepatan Waktu* terhadap *Kepuasan Pelanggan KRL Commuter line* di Stasiun Manggarai rute Bogor – Jakarta Kota.

2. Kegunaan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak pihak yang erat hubungannya dengan penelitian yang dilakukan. Manfaat yang diharapkan peneliti dari hasil penelitian ini adalah:

- a. Bagi peneliti
 Penelitian ini sebagai alat untuk mempraktekkan teori – teori yang dipelajari peneliti dalam perkuliahan dan hasil penelitian diharapkan akan bermanfaat bagi peneliti dan pembaca serta menambah wawasan dan pengetahuan. Selain itu, penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi untuk penelitian yang akan datang dengan topik yang sama.
- b. Bagi Pihak Terkait
 Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan oleh PT. Kereta *Commuter* Jakarta dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan harga yang terjangkau, ketepatan waktu kedatangan dan keberangkatan kereta yang efisien dan juga fasilitas yang memumpuni.