

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

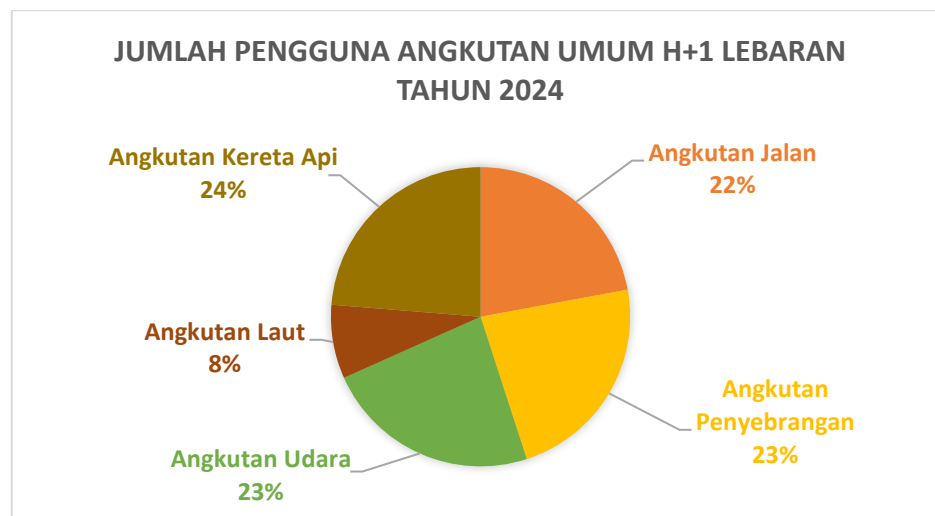
### **1.1 Latar Belakang**

Transportasi umum memiliki peranan penting bagi keberlangsungan hidup masyarakat khususnya di Indonesia. Dengan tersedianya transportasi umum, masyarakat dapat melakukan aktivitas sehari-hari seperti bersekolah, bekerja, berlibur, dan melakukan aktivitas lainnya dengan lebih mudah. Tidak jarang dari mereka lebih menggunakan transportasi umum daripada menggunakan kendaraan milik pribadi, hal itu dikarenakan mereka merasa transportasi umum lebih cepat dan memudahkan mereka untuk pergi ke tempat tujuan tanpa harus menyetir sendiri. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak pilihan transportasi umum yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan, mulai dari transportasi darat, laut, hingga udara. Hal ini tentunya menjadi perhatian langsung bagi perusahaan untuk menyediakan layanan transportasi agar dapat menjadi alternatif pilihan bagi masyarakat.

Kereta api merupakan salah satu transportasi umum yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan kereta api memiliki banyak keunggulan dibandingkan jenis transportasi umum lainnya, seperti harga yang terjangkau, tingkat keamanan yang tinggi, relatif nyaman, dan kemampuan untuk mengangkut barang dalam jumlah besar. Selain itu, salah satu karakteristik unik dari kereta api adalah memiliki jalur sendiri sehingga terhindar dari kemacetan, mengurangi tingkat

pencemaran, menghemat energi, dan menjadi transportasi umum yang efektif untuk jarak jauh serta daerah yang memiliki tingkat lalu lintas yang padat. Meskipun persaingan kereta api dengan transportasi lain sangat ketat, namun peminat dari kereta api masih sangat tinggi mengingat jarak tempuh antar kota dapat dilalui dengan cepat dikarenakan adanya pesawat dan juga akses jalan tol.

*Gambar 1. 1 Jumlah Penumpang Transportasi Umum di Indonesia*



*Sumber:* Kemenhub (2024)

Gambar 1.1 diambil berdasarkan artikel berita dari Kementerian Perhubungan RI yang menyatakan bahwa pengguna angkutan umum pada H+1 Lebaran tahun 2024 sebanyak 908.289 orang. Kereta api menjadi transportasi umum dengan peminat paling banyak yaitu 24% pengguna atau sebanyak 215.391 penumpang. Alasan utama mengapa masyarakat memilih kereta api yaitu karena transportasi ini dinilai lebih hemat dan tepat waktu. Masyarakat menginginkan alat transportasi yang memiliki kualitas pelayanan yang tinggi dan disertai dengan harga yang terjangkau. Menurut

Assad dalam Deliyanti santoso (2020) menyatakan bahwa kereta api merupakan transportasi yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat mulai dari kelas menengah ke bawah sampai kelas menengah ke atas.

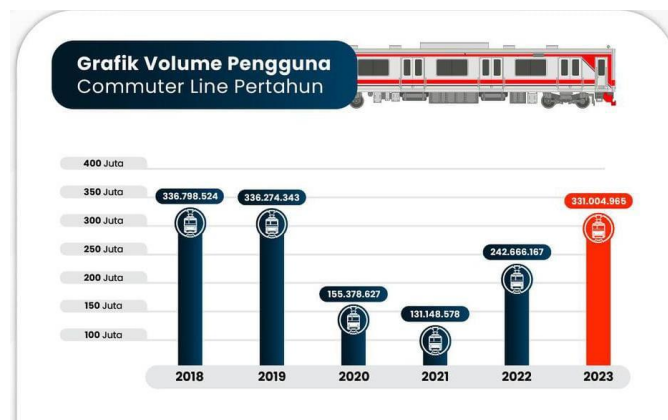
PT. Kereta Api Indonesia (Persero), juga dikenal sebagai PT. KAI adalah sebuah perusahaan milik pemerintah yang sebelumnya dikenal sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang kemudian mengubah statusnya menjadi perusahaan perseroan terbatas. Awalnya perusahaan ini memiliki tujuan untuk menyediakan layanan atau jasa transportasi tanpa mempertimbangkan keuntungan bagi perusahaan. Hal itu kemudian berubah menjadi penyediaan jasa transportasi dan berorientasi pada keuntungan perusahaan. PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah salah satu perusahaan terbesar di Indonesia yang menyediakan semua layanan transportasi kereta api. Perusahaan ini memiliki tujuh anak perusahaan atau grup usaha di beberapa wilayah yang dikenal dengan sebutan DAOP (Daerah Operasi) yang memonitoring kegiatan kantor dan tegas dalam menjalankan semua tugas kantor, yaitu KAI Service yang berdiri sejak tahun 2003, KAI Bandara pada tahun 2006, KAI Commuter pada tahun 2008, KAI Wisata pada tahun 2009, KAI Logistik pada tahun 2009, KAI Properti pada tahun 2009, dan PT Pilar Sinergi BUMN Indonesia pada tahun 2015 (Logee.id, 2023).

PT. Kereta Commuter Indonesia (KCI) melangsungkan bisnisnya dengan nama KAI Commuter yang merupakan anak perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang didirikan sejak tahun 2008 dan beroperasi pada tahun 2009 setelah mendapatkan

izin dari Menteri Perhubungan Republik Indonesia. Awalnya perusahaan ini didirikan dengan nama “PT. Kereta Commuter Jabodetabek” yang merupakan divisi angkutan perkotaan Jabodetabek yang berkantor pusat di Stasiun Juanda. Pada tahun 2017 PT. KAI Commuter Jabodetabek berubah nama menjadi “PT. Kereta Commuter Indonesia (KCI)” sebagai akibat dari ekspansi wilayah kerjanya (Nuzulia, 2022).

Setelah mengganti nama menjadi PT. Kereta Commuter Indonesia, layanan kereta api lokal dan commuter diambil alih oleh PT. KCI dari induk perusahaan secara bertahap. PT. KCI berkembang di luar wilayah Jabodetabek dengan mengambil alih pengelolaan kereta api lokal yang diumumkan dalam surat perizinan operasi yang dikeluarkan oleh Kementerian Perhubungan pada 03 Juni 2020. Saat ini PT. KCI mengoperasikan Kereta Rel Listrik (KRL), Commuter Line dan Kereta Api Lokal di Daerah Operasi Jabodetabek-Cikarang-Banten, Daerah Operasi 1 Rangkasbitung-Merak, Daerah Operasi 2 Bandung dan Daerah Operasi 8 Surabaya.

*Gambar 1. 2 Jumlah Penumpang Kereta Api Commuter 2020-2023*



Sumber: @commuterline

Berdasarkan laporan tahunan milik KAI Commuter, terjadi pertumbuhan volume pengguna Commuter Line pada tahun 2023 yaitu naik sebesar 38% dibandingkan tahun 2022 dengan volume pengguna Commuter Line Jabodetabek sebanyak 290.890.677, Commuter Line Basoetta sebesar 1.970.531, Commuter Line Merak 3.610.544, Commuter Line Wilayah 2 Bandung 4.720.252, Commuter Line Wilayah 6 Yogyakarta 7.320.149, dan Commuter Line wilayah 8 Surabaya sebanyak 13.332.813 pengguna. Sepanjang Januari hingga Juni tahun 2024 volume pengguna Commuter Line tahun 2024 mengalami kenaikan yang cukup signifikan di berbagai wilayah, salah satunya yaitu Commuter Line wilayah 8 Surabaya yang mencapai 7.145.567 pengguna. Pada masa angkutan lebaran 31 Maret sampai dengan 21 April tahun 2024 Commuter Line wilayah 8 Surabaya telah melayani sebanyak 878.076 pengguna. Stasiun Gubeng merupakan stasiun dengan volume terbanyak yang digunakan sebagai stasiun keberangkatan maupun stasiun tujuan dengan masing-masing tercatat sebanyak 116.923 orang dan 116.349 orang. Stasiun Wonokromo menjadi stasiun kedua dengan jumlah volume pengguna terbanyak yaitu 63.997 orang yang menjadikan sebagai stasiun keberangkatan dan sebanyak 63.031 orang yang menjadikan stasiun tujuan. Kemudian Stasiun Malang menjadi urutan ketiga yang melayani penumpang keberangkatan sebanyak 55.139 orang dan penumpang kedatangan sebanyak 52.389 orang (Commuterline.id, 2024).

Commuter Line wilayah 8 Surabaya memiliki 8 jenis kereta yang beroperasi dan memiliki total 60 perjalanan setiap harinya yaitu, Commuter Line Dhoho dengan

jumlah 14 perjalanan, Commuter Line Penataran dengan jumlah 8 perjalanan, Commuter Line Tumapel dengan jumlah 2 perjalanan, Commuter Line Blorasura dengan jumlah 4 perjalanan, Commuter Line Arjonegoro dengan jumlah 10 perjalanan, Commuter Line enggala dengan umlah 6 perjalanan, Commuter Line Sindro dengan jumlah 8 perjalanan, dan Commuter Line Supas dengan jumlah 8 perjalanan (Commuterline.id, 2023). Pada tahun 2024 Commuter Line wilayah 8 Surabaya telah melayani 7.145.567 pengguna selama enam bulan pertama. Tercatat pada masa angkutan lebaran tahun 2024, sejak H-7 sampai dengan hari Raya Lebaran total pengguna KA Commuter wilayah 8 Surabaya mencapai 284.109 orang.

*Tabel 1. 1 Volume Pengguna KA Commuter pada masa angkutan Lebaran tahun 2024*

<b>Jumlah pengguna Lebaran tahun 2024</b>			
<b>Nama Kereta</b>	<b>Hari ke 1</b>	<b>Hari ke 2</b>	<b>Hari ke 3</b>
Commuter Line Dhoho Commuter Line Penataran	4.851	5.321	7.940
Commuter Line Penataran Commuter Line Dhoho	4.129	4.849	7.828
Commuter Line Dhoho	3.035	4.129	6.711
Commuter Line Blorasura	2.478	3.504	4.183
Commuter Line Arjonegoro	2.419	3.468	3.526
Commuter Line Supas	1.684	2.895	4.126
Commuter Line Penataran	1.549	2.189	2.521
Commuter Line Tumapel	1.194	1.779	2.008
Commuter Line Sindro	1.193	2.080	1.872
Commuter Line Jenggala	772	1.432	1.426
<b>Total</b>	<b>23.304</b>	<b>31.646</b>	<b>42.141</b>

Sumber: Commuterline.id (data diolah)

Pada tabel 1.1 ditunjukkan jumlah pengguna KA Commuter wilayah 8 Surabaya mengalami kenaikan yang cukup signifikan dari hari pertama hari raya sampai hari ke 3. Perhitungan volume pengguna dilakukan sampai jam 14.00 WIB setiap harinya. Namun jika dilihat dari jumlah perhitungan satu hari penuh, jumlah pengguna pada hari pertama tercatat sebanyak 30.591 orang, pada hari kedua pengguna naik sebesar 32% yaitu sebanyak 42.141 orang, dan pada hari ke tiga mengalami sedikit penurunan yaitu sebanyak 42.026 orang.

Commuter Line Dhoho menempati urutan ketiga dengan jumlah pengguna terbanyak. Kereta ini memiliki keberangkatan paling banyak, tepatnya empat belas perjalanan. Jenis kereta ini memiliki relasi Surabaya-Kertosono-Blitar PP (Pulang-Pergi). Awalnya Kereta Api Commuter Line Dhoho memiliki nama Kereta Api Dhoho-Penataran yang memiliki relasi Surabaya-Kertosono-Blitar-Malang-Surabaya. Namun, pada tahun 2023 sesuai dengan peraturan GAPEKA (Grafik Perjalanan Kereta Api), rangkaian kereta api mengalami perubahan. Secara khusus kereta api Commuter Dhoho-Penataran sekarang menjadi kategori rangkaian kereta yang terpisah dan perbedaan jalur yang dilewati yaitu kereta api Commuter Line Dhoho dengan melewati jalur barat via Kertosono dan kereta api Commuter Line Penataran dengan melewati jalur Timur yaitu Malang (KAI Commuter, 2023b). Akibatnya, setelah perjalanan kereta berakhir di Stasiun Blitar, rangkaian kereta tidak akan memutar lagi karena perbedaan jalur yang digunakan.

Kereta api Commuter Line Dhoho merupakan salah satu kereta api Commuter yang menawarkan dua jenis tiket, yaitu tiket dengan nomor kursi dan tiket tanpa nomor kursi. Pemesanan tiket dapat dilakukan satu pekan sebelum keberangkatan melalui aplikasi Access by KAI karena loket stasiun hanya melayani penjualan tiket langsung (*go show*) mulai 3 jam sebelum keberangkatan kereta api selama tiket masih tersedia. Tujuan perusahaan menawarkan dua jenis tiket tanpa kursi yaitu untuk mengantisipasi demand penumpang yang membludak. Namun hal ini menimbulkan banyak perdebatan di antara penumpang yang membeli tiket dengan nomor kursi. Banyak dari mereka yang mengeluhkan sesaknya akses keluar masuk gerbong kereta dikarenakan banyak penumpang tiket tanpa kursi yang berdiri di depan pintu kereta maupun di dalam rangkaian gerbong kereta.

*Tabel 1. 2 Kapasitas Tiket Penumpang Kereta Api Commuter Tahun 2023*

<b>Jenis Tiket</b>	<b>Kapasitas Tahun 2022</b>	<b>Kapasitas Tahun 2023</b>
Dengan Nomor Kursi	100% / 636 tiket	100% / 636 tiket
Tanpa Nomor Kursi/Berdiri	50% / 318 tiket	20% / 127 tiket

*Sumber:* Commuterline.id

Awalnya pihak KA Commuter menawarkan kapasitas kedua tiket dengan total 150% yaitu 100% tiket dengan nomor kursi dan 50% tiket tanpa nomor kursi dengan jarak tempuh >100 Km. Namun, sejak 1 Agustus 2023 VP Corporate Secretary KA



Commuter mengubah kebijakan terkait aturan jumlah kapasitas tiket kereta sebesar 150% diturunkan menjadi 120% dengan masing-masing tiket memiliki kapasitas 100% untuk tiket dengan nomor kursi dan 20% tiket tanpa nomor kursi dengan jarak tempuh >100 Km. Hal ini sesuai surat Direktur Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan Nomor M006/3/9/K2/ADJKA/2023 tanggal 17 Juli 2023 tentang kustomisasi pengguna 16 layanan perjalanan commuter line lokal atau kereta api lokal di Wilayah 8 Surabaya (KAI Commuter, 2023).

*Gambar 1. 3 Keluhan Pengadaan Tiket Kereta Tanpa Nomor Kursi*



Sumber: @commuterline

Dilihat dari komentar postingan media sosial instagram @commuterline memperlihatkan bahwa masih banyak keluhan tentang kebijakan tiket kereta tanpa kursi meskipun pemangkasan kapasitas sudah dilakukan. Pembludakan penumpang tiket tanpa nomor kursi terjadi ketika tiket dengan nomor kursi terjual dengan cepat

meskipun pemesanan dapat dilakukan sepekan sebelum keberangkatan. Pemangkasan kapasitas membuktikan bahwa kereta Commuter Line dhoho memiliki banyak peminat, meskipun keluhan pelanggan terhadap penumpang yang berdiri belum dapat dihindari. Setelah penulis melakukan observasi awal banyak dari penumpang mengatakan bahwa harga yang ditawarkan kereta Commuter Line Dhoho terbilang murah dari kereta jenis lain maupun transportasi umum lainnya, walaupun sering berdesak-desakan bahkan rela berdiri dikarenakan kuota tiket dengan nomor kursi telah terjual habis meskipun harga tiket yang ditawarkan sama seperti tiket dengan nomor kursi, kualitas layanan yang diberikan sepadan dan tidak kalah dengan kereta jenis lain, serta kemudahan mereka dalam proses pembelian tiket. Hal ini membuktikan bahwa terdapat beberapa hal yang mempengaruhi mereka untuk melakukan keputusan pembelian yaitu persepsi harga, kualitas pelayanan, dan kemudahan.

Keputusan pembelian merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kemajuan bisnis di perusahaan. Menurut Kotler dalam buku Amstrong, *Principle of marketing* 12 e, (2018) dalam Deliyanti santoso, (2020) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan keadaan dimana seseorang akan melakukan pilihan terakhir ketika kebutuhan dan keinginannya terpenuhi. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan seseorang terdiri dari pencarian informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, evaluasi terhadap alternatif yang diberikan, keputusan pembelian dan tingkah laku seseorang setelah melakukan pembelian (Pamungkas, 2023).

Persepsi harga merupakan salah satu pengaruh pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian. Persepsi harga adalah nilai dimana sebuah harga berhubungan dengan manfaat dan penggunaan produk tertentu. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya dan menjadi sarana bagi konsumen untuk menilai kualitas suatu produk atau jasa (Manihuruk, 2020). Keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh harga yang kompetitif di antara para pelaku bisnis. Pelanggan secara alamiah mengharapkan harga yang ditawarkan bernilai rendah namun kualitas yang diberikan merupakan kualitas terbaik. Oleh karena itu, perusahaan harus menawarkan pilihan terbaik dengan harga yang kompetitif untuk menarik minat pelanggan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Miguel Mario Leon Tandijo, Tommy Christian Efrata, dan Liesty Padmawidjaja dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Leophone” menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Adapula dalam penelitian Nurul Khaira, Farhan Saputra, dan Faroman Syarief dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Sudut Halaman” menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain persepsi harga, variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2012:24) dalam Aprileny et al. (2020), Kualitas layanan berada pada tingkat keunggulan yang diharapkan dan perusahaan mengontrol tingkat ini untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu layanan yang dirasakan dan layanan yang diharapkan. Jika layanan yang dirasakan lebih rendah dari harapannya, pelanggan akan kehilangan minat untuk membeli layanan tersebut, namun jika sebaliknya, pelanggan kemungkinan akan menggunakan kembali layanan tersebut (Deliyanti santoso, 2020). Kualitas pelayanan yang baik menjamin konsumen merasa nyaman dan menikmati produk yang ditawarkan dalam jangka waktu yang lama, sehingga keputusan pembelian akan terulang.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Maria Melva Kaparang, Allen A. Ch. Manongko dan Silvana S. A Oroh dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan di Alfamart Tataaran II, Minahasa” menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Adapula penelitian Rumiwati, Yusmar aArdhi Hidayat, Tavyastuti dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Langsung, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tabungan Emas Pada PT Pegadaian Cabang Kudus” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hal lainnya yang menjadi pengaruh konsumen untuk melakukan keputusan pembelian adalah kemudahan transaksi. Kemudahan transaksi mendefinisikan tentang sejauh mana orang percaya bahwa penggunaan teknologi mudah untuk dipahami dan tidak perlu banyak tenaga untuk menggunakannya (Alda Tria, 2022). Semakin mudah pencarian produk atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan, maka semakin tinggi pula keputusan pelanggan untuk membeli produk atau jasa tersebut. Semakin berkembangnya teknologi, masyarakat mencari cara bagaimana melakukan transaksi dengan cara yang mudah, cepat, dan efisien. Jika kompleksitas penggunaan suatu aplikasi melebihi manfaat yang diterima konsumen dari pembelian online, mereka cenderung memilih pembelian langsung. Namun, jika suatu aplikasi lebih mudah digunakan dan menawarkan manfaat, calon konsumen dengan sendirinya akan membeli melalui aplikasi tersebut.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Putri Anugerah Shabilla, Sari Listiyorini, dan Sudharto Prawata Hadi dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian” menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian. Adapula penelitian dari Ahmad Rustian Luthfia, M. Ridwan Basalamah, dan Budi Wahono dengan judul penelitian “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access” menunjukkan hasil bahwa kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Commuter (Studi Pada Penumpang Kereta Api Commuter Line Dhoho Di Stasiun Wonokromo)”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dirumuskan suatu masalah, yaitu:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api commuter?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api commuter?
3. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api commuter?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian tiket kereta api commuter.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api commuter.

3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian tiket kereta api commuter.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Diharapkan dari hasil penelitian ini akan didapatkan manfaat sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini mampu menambah wawasan ilmiah dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

- 2) Manfaat Praktis

- a) Bagi Perusahaan Jasa Transportasi

Penelitian ini dapat membantu perusahaan menerapkan strategi yang lebih tepat untuk meningkatkan keuntungan bisnis.

- b) Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pembelajaran maupun acuan untuk penelitian selanjutnya, sehingga dapat memperbaiki serta menyempurnakan kekurangan pada penelitian ini.

- c) Bagi Penulis

Penelitian ini akan membantu penulis untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama proses pendidikan, dan menambah pengetahuan tentang proses penelitian.