

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Permasalahan**

Transportasi merupakan salah satu kebutuhan primer manusia. Hal ini disebabkan oleh tingginya mobilitas manusia dari satu tempat ke tempat lain. Saat melakukan aktivitas masyarakat dituntut untuk cepat dan bermain dengan waktu, sehingga masyarakat pun mencari suatu alternatif yang dianggap paling dapat diandalkan. Kendaraan pribadi pun dipilih sebagai salah satu alternatif transportasi yang paling menguntungkan. Tetapi sayangnya produksi kendaraan saat ini telah berlebihan dan tidak dapat terkontrol dengan baik sehingga berujung pada penumpukan kendaraan di jalan akibat volume kendaraan dan menyebabkan kemacetan.<sup>1</sup> Kemacetan yang terjadi dari tahun ketahun semakin menjadi-jadi dan menyulitkan masyarakat.

Rencana induk perkeretaapian Nasional menyebutkan bahwa “Salah satu transportasi yang bebas dari kemacetan yaitu Kereta. Kereta merupakan satu-satunya transportasi yang memiliki lajur khusus dan moda transportasi dengan bahan bakar atau energi yang paling efisien dibandingkan dengan moda transportasi darat lainnya

---

<sup>1</sup>Saat ini di Jakarta terdapat 8.244.346 unit kendaraan roda dua dan 3.118.050 kendaraan roda empat. Jumlah kendaraan ini tidak seimbang dengan pertumbuhan jalan. Panjang jalan di Jakarta hanya 7.650 km dan luas jalan 40,1 km atau 0,26 persen dari luas wilayah DKI. Sedangkan pertumbuhan panjang jalan hanya 0,01 persen per tahun. Hal ini dinilai tidak sebanding dengan tingginya angka perjalanan yang mencapai 20 juta perharinya. Lihat <http://wap.vivanews.com/news/read/191991-buah-simalakama-kemacetan> diakses pada tanggal 5 Mei 2012 pukul 09.30 WIB.

seperti bus atau mobil pribadi.<sup>2</sup> Dalam sinopsis *roundtable discussion* dipaparkan bahwa:

“UU No 23 Tahun 2007 tentang Perkeretaapian mengharuskan pemerintah untuk menempatkan peran kereta api sebagai tulang punggung angkutan massal penumpang dan barang dalam menunjang tumbuhnya perekonomian nasional. Pembangunan jaringan jalan kereta api harus dapat menjadi solusi yang efisien dari pergerakan ekonomi disuatu wilayah dan mampu mendukung pertumbuhan ekonomi dari wilayah tersebut maupun perekonomian nasional.”<sup>3</sup>

PT. Kereta Api Indonesia (PT. KAI) adalah perusahaan jasa transportasi satu-satunya yang mengelola jasa Kereta Api (KA) di Indonesia. Sedangkan PT. Kereta *Commuter* Jabodetabek (PT. KCJ) merupakan anak buah perusahaan PT. KAI yang khusus menangani Kereta Rel Listrik (KRL) *Commuter Line*.

Statistik jumlah penumpang yang terjadi pada Januari 2012 hingga Juni 2012 dapat dilihat pada tabel I. 1. Menurut data statistik yang peneliti dapatkan dari humas PT. KCJ, terjadi penurunan jumlah penumpang pada bulan Januari ke bulan Februari. Bulan Januari jumlah penumpang sebesar 6.696.201 orang, namun pada bulan Februari jumlah penumpang turun menjadi 6.585.264 orang. Jumlah penumpang dibulan Maret mengalami peningkatan menjadi 7.094.567 orang, namun pada bulan April jumlah penumpang menurun hingga 6.975.726 orang. Kenaikan jumlah penumpang terjadi lagi di bulan Mei menjadi 7.335.300 orang. Lonjakan penumpang terjadi di bulan Juni, jumlah penumpang naik menjadi 7.806.315 orang.

---

<sup>2</sup> Rencana Induk Perkeretaapian Nasional, Kementerian Perhubungan Ditjen Perkeretaapian, Jakarta: 2011, hlm. 12.

<sup>3</sup> Sinopsis Roundtable Discussion, *Kebijakan Perubahan Rute Kereta Rel Listrik (KRL) Jabodetabek dan Pengaruhnya Terhadap Mobilitas Pengguna KRL*, Badan Penelitian dan Pengembangan Pusat Penelitian dan Pengembangan Perhubungan Darat dan Perkeretaapian, Jakarta: 2012, hlm. 1.

**Tabel I. 1.**  
**Jumlah Penumpang KRL Jabotabek di Seluruh Lintasan**  
**Januari 2012-Juni 2012**

<b>Tahun / Bulan</b>	<b>Jumlah Penumpang</b>
Januari	6.696.201
Februari	6.585.264
Maret	7.094.567
April	6.975.726
Mei	7.335.300
Juni	7.806.315

Sumber: Data PT. KCI, Tahun 2012.

Terbukti dari tabel I.1 terlihat bahwa animo masyarakat untuk menggunakan jasa KRL masih besar. Hal ini dikarenakan KRL Jabodetabek merupakan kereta api komuter yang melayani mobilitas penumpang yang berada di wilayah sekitar Jakarta, agar mendapatkan akses yang mudah untuk ke Jakarta. Layanan KRL ini biasa digunakan dalam kegiatan sehari-hari penumpangnya untuk beraktifitas seperti bekerja, ke sekolah maupun keperluan lainnya. Dalam Jurnal Sosiohumanika UGM, Muchtar mengatakan, “Transportasi di dalam kota pada hakekatnya merupakan motor bagi kehidupan kota masa kini, sebagai akibat dari pemisahan spasial antara berbagai fungsi kehidupan kota.”<sup>4</sup> Hal ini berarti bahwa lancarnya kehidupan ekonomi kota banyak tergantung pada lancarnya transportasi dalam kota.

---

<sup>4</sup> Muchtar, *Jurnal Sosiohumanika UGM: Konflik Dalam Transportasi Angkutan Kota di Kota Malang*, Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2011.

**Tabel I. 2.**  
**Banyak Penumpang KRL yang Naik dari Stasiun Besar Bekasi**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Penumpang</b>
Januari	424.733
Februari	393.906
Maret	477.661
April	482.359
Mei	508.178
Juni	520.177
Juli	536.650

Sumber: Data Humas Stasiun Bekasi, Tahun 2012.

Tabel I.2. menjelaskan antusiasme penumpang KRL dari Stasiun Bekasi yang semakin meningkat. Dapat kita lihat mulai bulan Januari 2012 dengan jumlah penumpang sebanyak 424.733 orang. Penurunan jumlah penumpang terjadi di bulan Februari dengan total 393.906 orang. Kenaikan jumlah penumpang terjadi di bulan Maret hingga mencapai 477.661 orang. Jumlah penumpang mengalami kenaikan lagi pada bulan April sebesar 482.359 orang. Tidak hanya di bulan April saja, kenaikan jumlah penumpang terjadi kembali pada bulan Mei, Juni dan Juli secara berurut dengan jumlah penumpang 508.178 orang di bulan Mei, 520.177 orang di bulan Juni dan 536.650 orang di bulan Juli 2012.

Sama seperti transportasi umum lainnya, KRL sampai saat ini masih menimbulkan banyak permasalahan. Walaupun KRL merupakan transportasi yang mempunyai jadwal keberangkatan, namun jadwal keberangkatan ini masih merupakan permasalahan utama yang sering terjadi. Jadwal keberangkatan terkadang tidak sesuai dengan yang seharusnya. Masih sering adanya keterlambatan pada jadwal kereta sehingga menimbulkan penumpukan penumpang di stasiun, lebih parahnya

lagi jika KRL batal diberangkatkan dengan alasan-alasan seperti gangguan sinyal, KRL rusak, dan sebagainya. Tidak hanya itu saja, kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. KCJ pun masih minim.

Berdasarkan pengalaman peneliti sendiri, pelayanan yang diberikan oleh KRL *Commuter Line* masih jauh dari perasaan puas seorang konsumen. Tidak hanya bagi peneliti saja, sering kali peneliti mendengar dan melihat kekecewaan langsung para penumpang lain ketika pelayanan yang terjadi mengecewakan para penumpang. Kekecewaan tersebut tampak dari obrolan sepiintas dan juga media sosial komunitas KRL, seperti yang sering terlihat pada akun *Twitter* @KRLMania dan akun *Facebook* Solidaritas Untuk KRL Yang Lebih Baik.<sup>5</sup>

Studi ini memfokuskan pada kepuasan para penumpang, dengan cakupan rute KRL *Commute Line* Bekasi-Jakarta. Daerah Bekasi merupakan wilayah suburban yang mayoritas penduduknya mempunyai mata pencaharian di Jakarta. KRL merupakan transportasi utama yang digemari oleh masyarakat Bekasi karena lebih efisien dari segi harga dan waktu tempuh. Penelitian ini akan melihat seberapa besarkah kepuasan penumpang terhadap transportasi umum semua jenis kalangan ini.

## **B. Permasalahan Penelitian**

Umumnya harapan penumpang merupakan perkiraan atau keyakinan penumpang tentang apa yang akan diterimanya setelah menggunakan transportasi KRL. Day, *et al.*, yang dikutip oleh Tjiptono mengatakan bahwa, “kepuasan

---

<sup>5</sup> Merupakan komunitas dunia maya yang beranggotakan para pengguna KRL Jabodetabek. Para anggota biasanya saling bertukar informasi mengenai keadaan KRL Jabodetabek, Lihat: [www.krlmania.com](http://www.krlmania.com)

konsumen atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.”<sup>6</sup> Jika pelanggan tidak puas dengan kinerja PT. KCJ, perilaku mengeluh akan segera muncul. Namun yang terjadi di lapangan yaitu para penumpang masih sering dikecewakan oleh PT. KCJ selaku penanggung jawab dari KRL *Commuter Line*. Penumpang sering menganggap kinerja yang dilakukan oleh PT. KCJ tidak sejalan dengan apa yang diinginkan oleh penumpang. Malahan kerap kali penumpang merasa kecewa namun tidak bisa berbuat banyak untuk meluapkan kekecewaan mereka karena bagi para penumpang kereta merupakan alat transportasi yang vital. Padahal yang seharusnya terjadi yaitu PT. KCJ sebagai perusahaan yang memonopoli transportasi KRL ini dapat memberikan pelayanan sebaik mungkin agar dapat memuaskan para penumpang.

Jika pelanggan tidak puas maka PT. KCJ akan kehilangan banyak kesempatan untuk membangun kepercayaan penumpang terhadap KRL *Commuter Line*. Kepuasan atau ketidakpuasan yang dihasilkan dari tahap evaluasi ini sangat besar pengaruhnya. Selama tahap pemakaian, penumpang menggunakan dan memperoleh pengalaman dalam menggunakan KRL, dan tahap ini akan diikuti dengan tahap kepuasan atau ketidakpuasan. Proses evaluasi terjadi pada saat penumpang membandingkan kinerja yang sesungguhnya dengan kinerja yang diharapkan. Pada penelitian ini, maka permasalahan yang akan dikaji yaitu:

---

<sup>6</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi II*, Yogyakarta: ANDI, 2002, hlm. 24.

- Bagaimana tingkat kepuasan yang dirasakan penumpang saat menggunakan KRL *Commuter Line*.

Metode deskriptif digunakan peneliti untuk melihat permasalahan penelitian. Dengan metode ini, peneliti akan mendeskripsikan keadaan mengenai gambaran umum KRL *Commuter Line* hingga permasalahan yang telah menjadi makanan sehari-hari bagi para penumpang. Permasalahan penelitian akan digambarkan secara deskriptif dan sistematis agar lebih mudah dipahami. Analisis yang digunakan melalui angka agar dapat memberikan gambaran secara lebih jelas mengenai kepuasan penumpang KRL *Commuter Line* ini.

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan pada pokok permasalahan, yaitu untuk mengetahui tingkat kepuasan penumpang strata menengah saat menggunakan KRL *Commuter Line*. Kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai tolak ukur atas keberhasilan suatu perusahaan. Dalam hal ini, pelayanan yang dilakukan PT. KCJ diharapkan mampu memenuhi kepuasan penumpang dari berbagai aspek.

Manfaat penelitian dari skripsi ini diharapkan dapat menjadi literatur dalam penelitian selanjutnya khususnya mengenai tingkat kepuasan konsumen. Adapun manfaat studi ini untuk peneliti sendiri diharapkan peneliti dapat mengetahui tingkat kepuasan penumpang strata menengah KRL *Commuter Line* Bekasi-Jakarta. Selain

itu, diharapkan penelitian ini dapat memberi masukan untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya sosiologi.

#### **D. Tinjauan Penelitian Sejenis**

Tinjauan penelitian sejenis berguna sebagai acuan peneliti dalam menyelesaikan penelitian. Peneliti menggunakan studi dari beberapa penelitian sejenis, seperti pada tesis Desiana Wanti yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Salon Rudy.”<sup>7</sup> Dalam tesisnya dikatakan bahwa rambut merupakan salah satu unsur penting yang menentukan kesempurnaan penampilan. Oleh karena itu, sekarang mulai marak bermunculan bisnis salon dan dipastikan akan menimbulkan persaingan, baik dalam bentuk kualitas dari jasa tersebut yang mencakup kualitas hasil potongan atau guntingan rambut dari *hair-stylist*, harga yang bersaing, lokasi yang strategis dan penataan tata ruang, *service excellence* sampai dengan aktivitas atau program promosi yang dilakukan oleh sebuah salon.

Dikatakan juga bahwa salon merupakan salah satu usaha yang bergerak di sektor jasa dimana sikap dan pelayanan *contact personel* merupakan aspek yang sangat penting dan menentukan kualitas jasa yang dihasilkan. Disini perusahaan harus melakukan dan memberikan *service excellence* yaitu suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Secara garis besar ada tiga unsur pokok yang digunakan dalam konsep penelitian, yaitu kecepatan, keramahan dan kenyamanan. Wanti menegaskan bahwa bagi suatu usaha yang berada dalam

---

<sup>7</sup> Desiana Wanti, *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Salon Rudy*, Tesis, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Depok: Universitas Indonesia, 2000.



industri yang kompetitif seperti salon ini, sudah selayaknya untuk menjadikan konsumen sebagai *stakeholder* yang paling penting. Oleh karena itu, penting sekali untuk mengetahui apakah yang menjadi harapan mereka dalam bisnis jasa salon ini dan hal-hal apa yang bisa membuat mereka puas atau tidak puas. Juga perlu diketahui bagaimanakah perilaku mereka bila tidak puas dengan pelayanan. Kesemuanya pertanyaan itu bisa mudah diperoleh jawabannya melalui suatu riset kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*).

Penelitian yang dilakukan Wanti yaitu untuk dapat mengevaluasi kinerja dari salon Rudy terhadap konsumen. Bila suatu usaha gagal dalam memuaskan konsumen, maka fatal akibatnya bagi perusahaan karena konsumen yang tidak puas akan dengan mudah menyebarkan atau memberitahukan ketidakpuasan mereka dengan cepat kepada orang lain bahkan pindah ke salon lain, sehingga akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan. Sebaliknya, konsumen yang puas merupakan senjata promosi yang paling kredibel dan ampuh.

Rhenald Kasali yang dikutip oleh Wanti mengatakan bahwa mempertahankan pelanggan lama selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan orang lain untuk membeli. Disebutkan juga komponen yang merupakan nilai berharga bagi pelanggan, yaitu harga, waktu, layanan premium, dan kualitas.

Tinjauan pustaka lainnya yang peneliti gunakan yaitu tesis dari Arinarni Haditjaroko yang berjudul “Analisa Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan Domestik.”<sup>8</sup> Dalam studinya disebutkan bahwa persaingan industri penerbangan domestik Indonesia semakin meningkat dengan hadirnya perusahaan penerbangan baru. Persaingan dalam industri penerbangan niaga berjadwal ini semakin diperketat dengan masuknya para pesaing baru kedalam “rute gemuk”. Rute penerbangan yang disebut rute gemuk didominasi oleh Garuda Indonesia. Akan tetapi kini rute gemuk juga menjadi incaran perusahaan penerbangan Indonesia baru. Dengan bertambahnya penerbangan domestik akan membuka lebih banyak alternatif bagi pengguna jasa penerbangan domestik untuk memilih perusahaan penerbangan yang paling dapat memenuhi harapannya.

Disebutkan juga tantangan bagi masing-masing perusahaan penerbangan domestik sebagai *service provider* untuk dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi. Walaupun pelanggan yang puas tidak selalu berarti loyal, akan tetapi relatif lebih mudah menciptakan loyalitas pada pelanggan yang puas dibandingkan pada pelanggan yang tidak puas. Pelanggan yang puas akan lebih bersedia untuk melakukan pembelian ulang maupun memberikan rekomendasi yang positif kepada pihak lain. Kepuasan pelanggan tidak hanya dapat diciptakan pada saat perusahaan memberikan layanan, akan tetapi penanganan atas kegagalan pelayanan dapat merubah ketidakpuasan menjadi kepuasan yang tinggi.

---

<sup>8</sup> Arinarni Haditjaroko, *Analisa Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan Domestik*, Tesis, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Depok: Universitas Indonesia, 2001.

Haditjaroko mengatakan, perusahaan dewasa ini lebih memprioritaskan pengalokasian sumberdaya yang dimilikinya untuk mempertahankan pelanggan yang ada daripada menarik pelanggan yang baru. Seperti pernyataan yang ia kutip dari Kotler, salah satu alasan untuk lebih mempertahankan pelanggan lama daripada mencari pelanggan baru yaitu untuk mendapatkan pelanggan baru dibutuhkan biaya yang lebih besar daripada mempertahankan pelanggan yang ada. Sedangkan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

Studi lainnya yang menjadi tinjauan pustaka dalam penelitian ini yaitu tesis dari Evi Susanti yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Kereta Api Argo Gede.”<sup>9</sup> Dalam tesisnya dikatakan bahwa PT. KAI adalah perusahaan jasa transportasi satu-satunya yang mengelola jasa Kereta Api (KA) di Indonesia. Sebagai perusahaan monopoli dalam industrinya, PT. KAI tetap bersaing dengan moda transportasi lainnya seperti pesawat terbang, bis dan kendaraan pribadi. Hal utama yang harus diprioritaskan oleh PT. KAI adalah kepuasan pelanggan atau penumpang. Untuk dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar, perusahaan harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh para pelanggan dan berusaha meningkatkan kinerjanya sebaik mungkin sehingga memuaskan pelanggan. Dikatakan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan. Jadi, pengertian kepuasan pelanggan berarti bahwa kinerja suatu perusahaan sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan pelanggan.

---

<sup>9</sup> Evi Susanti, *Analisis Kepuasan Pelanggan Kereta Api Argo Gede*, Tesis, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Depok: Univeristas Indonesia, 2000.

Pelanggan akan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

Pelayanan yang diberikan oleh KA Argo Gede untuk melayani kebutuhan para penumpangnya, yaitu memberi kemudahan bagi pelanggan untuk memperoleh angkutan lain dari dan ke stasiun (*accessibility*), memperoleh harga tiket yang wajar, memperoleh informasi baik di stasiun maupun selama dalam perjalanan dan memberikan jaminan keselamatan dan keamanan dalam perjalanan, keberadaan berbagai fasilitasnya yang berfungsi dengan baik, seperti tempat duduk, *reclining seat*, audio dan video visual, *air conditioner*, layanan restorasi KA dan tentunya kenyamanan selama perjalanan. Kenyamanan selama perjalanan ini tercermin dari keadaan di dalam KA, seperti gerbong yang bersih, tenang dan jalur atau *track* yang halus (tidak terasa ada guncangannya) walaupun KA Argo Gede ini berkecepatan tinggi yaitu diatas 100-120 km/jam. Upaya peningkatan pelayanan pelanggan membutuhkan biaya besar. Kepuasan pelanggan tersebut dapat diketahui melalui beberapa atribut yang berkaitan dengan jasa KA ini, seperti aspek keamanan, kenyamanan, kebersihan dan ketepatan waktu tempuh.

**Tabel I. 3.**  
**Perbandingan Tinjauan Penelitian Sejenis**

	<b>Desiana Wanti</b>	<b>Arinarni Haditjaroko</b>	<b>Evi Susanti</b>
<b>Objek Studi</b>	Kepuasan pelanggan terhadap salon Rudy	Kepuasan pelanggan jasa penerbangan domestik	Tingkat kepuasan pelanggan KA Argo Gede
<b>Definisi Konseptual</b>	Philip Kotler (1994): Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.	Mowen (1995): Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai sikap keseluruhan (overall attitude) terhadap suatu barang atau jasa setelah <i>acquisition</i> dan pemakaiannya. Hal ini merupakan penilaian evaluative purna-pemilihan ( <i>postchoice evaluative judgement</i> ) yang dihasilkan dari pemilihan pembelian tertentu.	Tse dan Wilton (1998): Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk/jasa yang dirasakan setelah pemakaiannya
<b>Dimensi Kepuasan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Product performance /quality</i></li> <li>• <i>Emotional response</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harapan Pelanggan</li> <li>• Dirasakan secara subjek</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga</li> <li>• Waktu</li> <li>• Layanan Premium</li> <li>• Kualitas</li> </ul>
<b>Indikator</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Attributions of cause</i></li> <li>• <i>Evaluations of exchange equity</i></li> <li>• <i>Product usage/consumption</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tujuan kinerja</li> <li>• Kebutuhan produk</li> <li>• Komunikasi</li> <li>• Pengalaman sebelumnya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenaikan biaya operasional</li> <li>• Kesalahan atau keterlambatan yang dibuat oleh perusahaan menyebabkan waktu pelanggan menjadi terbuang</li> <li>• Peningkatan atas pelayanan yang diterima oleh pelanggan</li> <li>• Keinginan konsumen untuk menikmati kualitas terbaik</li> </ul>

Sumber: Diolah dari Hasil Penelitian Sejenis, Tahun 2012.

## **E. Kerangka Konsep**

### **1. Konsep Kepuasan Layanan Publik Penumpang KRL**

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan perusahaan. Eksistensi sebuah perusahaan akan terlihat dari puas atau tidaknya pelanggan ketika mengonsumsi barang atau jasa dari perusahaan tersebut. Tanpa pelanggan perusahaan tidak dapat mempertahankan kelangsungan usahanya. Menurut Kotler yang dikutip oleh Hutasoit, “kepuasan merupakan perasaan seseorang menyenangkan atau kecewa setelah membandingkan kinerja produk atau hasil dalam hubungannya dengan harapan konsumen.”<sup>10</sup> Tidak hanya itu saja, Kotler dan Armstrong mengatakan bahwa:<sup>11</sup>

“Kepuasan pelanggan atas suatu pembelian tergantung pada kinerja produk yang berhubungan dengan harapan pembeli. Seorang pelanggan mungkin mengalami berbagai tingkat kepuasan. Jika kinerja produk tidak sesuai dengan harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau gembira.”

Kuswadi dalam bukunya menilai kepuasan pelanggan dapat dilihat dari perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap apa yang diberikan perusahaan kepada mereka. Jika harapan pelanggan terhadap apa yang akan diberikan perusahaan rendah dan ternyata persepsinya terhadap apa yang telah diberikan perusahaan kepada mereka tinggi, pelanggan akan merasa mendapatkan kepuasan. Sebaliknya, jika harapan pelanggan terhadap perusahaan tinggi namun kenyataannya apa yang diberikan perusahaan dinilai rendah oleh pelanggan maka

---

<sup>10</sup> C. S. Hutasoit, *Pelayanan Publik Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Magna Script, 2011, hlm. 16.

<sup>11</sup> Philip Kotler dan Armstrong Gary, *Dasar-dasar Pemasaran Jilid Dua: edisi keenam*, Jakarta: Intermedia, 1996, hlm. 251.

ketidakpuasan lah yang didapatkan.<sup>12</sup> Untuk mendapatkan penilaian kepuasan pelanggan yang tinggi, perusahaan seharusnya membuka kesempatan untuk pelanggan dalam menyampaikan aspirasi mereka. Aspirasi dari mereka inilah yang seharusnya dapat ditelaah oleh perusahaan sebagai masukan untuk kedepannya, karena bagaimanapun juga kepuasan yang didapatkan pelanggan merupakan pencapaian tertinggi dari sebuah perusahaan.

Wilkie yang dikutip Hutasoit mendefinisikan “kepuasan konsumen sebagai tanggapan emosional pada tahap evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa tertentu.”<sup>13</sup> Jadi, kepuasan konsumen akan muncul setelah orang menggunakan produk atau jasa tertentu. Hasil dari penggunaan produk atau jasa tersebut akan menjadi penilaian apakah produk atau jasa tersebut memuaskan dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Semakin seseorang merasa cocok dengan produk atau jasa tersebut karena kebutuhannya terpenuhi maka semakin puas ia akan produk atau jasa itu.

Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada harapan dan kualitas yang dirasakan secara subyektif. Mihael Treacy & Fred Wiersema dalam bukunya *The Discipline of Market Leaders* mengemukakan beberapa komponen yang merupakan nilai berharga bagi pelanggan yaitu “harga, waktu, layanan premium dan

---

<sup>12</sup> Kuswadi, *Cara Mengukur Kepuasan Karyawan*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2004, hlm. 16.

<sup>13</sup> C. S. Hutasoit, *Op. Cit.*, hlm. 17.

kualitas.”<sup>14</sup> Komponen harga mempengaruhi kepuasan konsumen. Bila harga yang ditawarkan tidak sebanding dengan apa yang diberikan oleh perusahaan, maka konsumen akan merasa dirugikan. Waktu merupakan komponen yang penting bagi suatu perusahaan untuk memuaskan konsumennya. Bila waktu yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen pun akan merasa tidak puas. Sama halnya dengan layanan premium, layanan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Layanan yang baik, akan menghasilkan *output* yang baik pula, begitupun sebaliknya dengan layanan yang buruk maka kepuasan konsumen pun akan buruk. Terakhir yaitu kualitas, dimana kualitas suatu barang atau jasa yang diberikan perusahaan sangat besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Jika barang atau jasa mempunyai kualitas yang jelek, konsumen pun enggan untuk menggunakan barang atau jasa tersebut. Hal ini dapat berimplikasi yang buruk terhadap kemajuan suatu perusahaan.

Penelitian ini menggunakan konsep kepuasan penumpang. Seperti yang telah diuraikan di atas, mengenai konsep kepuasan oleh beberapa tokoh, peneliti memiliki definisi tersendiri mengenai konsep kepuasan. Dari berbagai konsep yang dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan penumpang KRL merupakan harapan penumpang yang besar ketika menggunakan KRL. Dari beberapa definisi konseptual yang telah dijabarkan, peneliti menggunakan konsep yang

---

<sup>14</sup> Mihael Tracy & Fred Wiersema, *The Discipline of Market Leaders*, Canada: Addison Wesley-Publishing Company, 1995, hlm. 5-9.



dikemukakan oleh Mihael Treacy & Fred Wiersema. Konsep ini sangat sesuai untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan pada KRL *Commuter* Bekasi-Jakarta.

### **1.1. Harga Tarif Karcis KRL**

Semakin tingginya tarif akan mengakibatkan penumpang harus berpikir dua kali dalam penggunaan jasa, demikian sebaliknya apabila tarif semakin rendah maka penumpang cenderung memanfaatkan sarana transportasi tanpa melakukan pertimbangan lebih banyak. Kenaikan biaya operasional tidak dapat dijadikan alasan oleh suatu perusahaan untuk menaikkan harganya. Untuk itu perusahaan harus mengalokasikan anggarannya dengan tepat sesuai dengan harapan penumpang sehingga kinerja yang dihasilkan perusahaan dapat semaksimal mungkin memenuhi kepuasan penumpangnya.

Penetapan tarif diperlukan pemilihan metode yang tepat, sehingga harga yang ditetapkan dapat dijangkau oleh semua penumpang. Bilson Simamora mengatakan bahwa “dalam penetapan harga harus dilakukan secara seksama, seperti: menganalisis keadaan pasar, mengidentifikasi faktor-faktor pembatas, menetapkan sasaran, menganalisis potensi keuntungan, menetapkan harga asal, dan mengelola harga.”<sup>15</sup> Dalam wawancara sambil lalu yang peneliti lakukan, banyak penumpang yang menilai harga karcis KRL *Commuter Line* tidak sesuai dengan fasilitas, dan pelayanan yang didapatkan oleh penumpang. Harga karcis dinilai terlalu mahal dan tidak semua penumpang mampu untuk membeli karcis KRL *Commuter Line*.

---

<sup>15</sup> Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 202.

## **1.2. Kepastian Waktu**

Waktu merupakan salah satu aspek penting bagi penumpang yang harus diperhatikan oleh PT. KCJ. Keterlambatan yang merugikan penumpang karena kesalahan PT. KCJ biasanya tidak dapat ditolerir oleh para penumpang. Selain itu, waktu juga diartikan sebagai pelayanan transportasi dilakukan dengan jadwal yang tepat, baik saat keberangkatan maupun kedatangan, sehingga masyarakat dapat merencanakan perjalanan dengan pasti.

Idealnya, waktu yang dapat ditempuh oleh KRL *Commuter Line* dari Stasiun Bekasi hingga Stasiun Jakarta Kota  $\pm$  45 menit. Namun pada kenyataannya, permasalahan yang kerap kali muncul yaitu gangguan sinyal kereta atau wesel sehingga memakan waktu yang lebih lama untuk mencapai tujuan. Hal ini menyebabkan ketidaktepatan pada jadwal kedatangan dan keberangkatan kereta. Hal lain dalam permasalahan waktu yaitu ketika KRL *Commuter Line* berhenti atau ditahan karena akan disusul oleh kereta lain seperti argo, eksekutif, kereta barang, dan sebagainya.

## **1.3. Mutu Layanan PT. KCJ**

Pelayanan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Kep. Men Pan (Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara) No. 81/93 menyatakan bahwa pelayanan umum adalah segala bentuk pelayanan yang diberikan oleh pemerintah pusat atau daerah, BUMN atau BUMD, dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pelayanan yang dimaksudkan disini yaitu

pelayanan yang diberikan oleh PT. KCJ selaku perusahaan yang memonopoli KRL baik dari kinerja petugas, hingga sarana dan prasarana stasiun.

Akan terlihat sejauh mana petugas memberikan pelayanan terhadap penumpang, apakah kinerja petugas dapat memuaskan penumpang atau malahan membuat penumpang kecewa. Sarana dan prasarana yang disediakan oleh stasiun pun menjadi salah satu aspek penting untuk memenuhi kepuasan penumpang. Jika fasilitas di stasiun tidak memadai, maka kecenderungan penumpang merasa tidak puas pada pelayanan KCJ akan tinggi. Sebaliknya jika ketersediaan fasilitas di stasiun memadai, penumpang pun akan merasa puas dengan fasilitas yang disediakan.

Fandy Tjiptono dalam bukunya yang berjudul Strategi Pemasaran mengatakan bahwa, “kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan.”<sup>16</sup> Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

#### **1.4. Kualitas Kondisi KRL**

Kondisi KRL merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan penumpang. Pada dasarnya jika kondisi KRL buruk, kenyamanan yang

---

<sup>16</sup> Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, hlm. 24.

dirasakan penumpang pun akan buruk juga. Sebaliknya jika kondisi KRL baik, kenyamanan yang dirasakan oleh penumpang akan tinggi. Kondisi KRL dapat dikatakan layak apabila bersih, aman, dan nyaman. Saat ini fasilitas yang telah disediakan oleh PT. KCJ untuk KRL *Commuter Line* yaitu pendingin ruangan (*Air Conditioner*), kipas angin, dan tempat duduk prioritas.

Namun permasalahan untuk kondisi KRL masih sering diperbincangkan oleh para penumpang. Dengan fasilitas yang dapat dikatakan telah memenuhi kriteria kelayakan tersebut, permasalahan masih sering kali muncul. Pendingin ruangan (AC) dan kipas angin terkadang masih sering tidak berfungsi atau mati. Sehingga mengakibatkan gerbong terasa sesak, apalagi dengan didisain kaca kereta yang tidak dapat dibuka. Kejadian seperti ini kerap kali muncul pada jam-jam padat seperti pagi dan sore hari. Ditambah lagi dengan situasi penumpang yang berdesak-desakkan karena penuhnya kereta. Selanjutnya permasalahan yang sering terjadi pada kursi prioritas. Kursi yang seharusnya diprioritaskan untuk wanita hamil, lansia, ibu dan balita, dan penyandang cacat ini tidak digunakan sesuai dengan fungsinya. Padahal sudah jelas terpampang stiker pemberitahuan fungsi dan kategori orang yang diperbolehkan duduk di kursi prioritas tersebut.

Permasalahan baru muncul ketika tren kursi lipat yang digunakan oleh penumpang. Kursi lipat ini merupakan item penting yang harus dibawa oleh sebagian penumpang. Hal ini terlihat ketika kereta dalam keadaan penuh, banyak penumpang yang menggunakan kursi lipat untuk kenyamanan individu. Kenyamanan yang dirasakan oleh penumpang kursi lipat membuahakan ketidaknyamanan pada

penumpang lain yang lebih memilih untuk berdiri. Sama halnya dengan penumpang kursi lipat, penumpang yang duduk di bawah dengan beralaskan koran pun menambah permasalahan lagi. Apalagi biasanya baik penumpang kursi lipat maupun penumpang yang duduk di bawah beralaskan koran, duduk dengan cara bergerombol sehingga mengganggu kenyamanan penumpang lain. Kondisi yang jauh dari kata nyaman ini timbul ketika penumpang kursi lipat dan penumpang yang duduk beralaskan koran terinjak atau terdorong oleh penumpang yang berdiri. Padahal telah terpampang jelas rambu untuk tidak menggunakan kursi lipat maupun duduk di bawah beralaskan koran, namun tingkat kesadaran para penumpang masih minim.

Kondisi kebersihan kereta pun tidak luput dari permasalahan kenyamanan penumpang. Sampah yang berserakan biasanya dikarenakan ulah penumpang sendiri yang membuang sampah sembarangan di dalam kereta. Terlebih lagi sampah koran dari para penumpang yang duduk beralaskan koran. Pada hari libur biasanya kondisi kebersihan kereta lebih parah dibandingkan dengan hari biasa. Hari libur didominasi oleh keluarga-keluarga atau kelompok-kelompok yang ingin berwisata.

## **2. Konsep Pilihan Rasional**

James Coleman yang dikutip oleh Ritzer dalam bukunya *Teori Sosiologi* mengatakan bahwa, “orang bertindak secara sengaja untuk mencapai suatu tujuan (dan tindakan) yang dibangun oleh nilai atau preferensi.”<sup>17</sup> Walaupun KRL masih mempunyai banyak permasalahan, tidak menyurutkan minat penumpang setianya untuk tetap menggunakan KRL. Pilihan penumpang ini bukanlah tidak berdasarkan

---

<sup>17</sup> George Ritzer, *Teori Sosiologi*, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009, hlm. 480.

pemikiran rasional. Salah satu tujuan penumpang untuk tetap menggunakan KRL yaitu agar mempercepat waktu tempuh perjalanan. Penumpang mempunyai tindakan yaitu menggunakan KRL, dengan tujuan jika menggunakan KRL akan mendapatkan kenyamanan ketika bertransportasi.

Berdasarkan hasil pengamatan, penumpang yang didominasi oleh kalangan pekerja ini memanfaatkan akses cepatnya perjalanan kereta sebagai suatu alat transportasi untuk pemenuhan perekonomian mereka. Penghematan waktu tempuh merupakan alasan utama penumpang untuk menggunakan KRL ketika bekerja. Bagi sebagian penumpang, akan lebih efisien ketika menggunakan KRL dibanding dengan kendaraan pribadi. Jika menggunakan kendaraan pribadi mereka harus mengeluarkan biaya untuk bensin, perawatan kendaraan, parkir, dan hal-hal tak terduga lainnya. Masyarakat harus berpikir cermat untuk menentukan pilihan transportasi apa yang akan mereka gunakan untuk melakukan mobilitas mereka.

Fokus teori pilihan rasional yaitu keuntungan-keuntungan yang diperoleh aktor yang melakukan pertukaran. Tindakan pilihan rasional individu merupakan seperangkat alternatif cara untuk bertindak. Aktor harus memiliki hak untuk bertindak dan memiliki otoritas untuk memenuhi kebutuhannya. Coleman menyatakan bahwa ada dua aktor yang berperan, yaitu aktor individu dan aktor korporat. Penumpang merupakan aktor individu sedangkan PT KCJ adalah aktor korporat. Pilihan rasional terdiri dari pilihan, keyakinan dan tindakan yang dari ketiganya saling berkaitan.

Coleman mengatakan sebuah tindakan akan dikatakan rasional apabila tindakan tersebut memiliki hubungan dengan pilihan dan keyakinan. Pilihan

penumpang yaitu untuk menggunakan KRL merupakan suatu keyakinan penumpang terhadap transportasi massal ini. Artinya penumpang mempercayai KRL sebagai tumpuan mobilitas mereka. Penumpang yakin dengan menggunakan KRL mereka akan mendapatkan keuntungan yang besar dibandingkan dengan menggunakan transportasi darat lainnya. Tindakan penumpang lainnya sebagai aktor individu ialah membuat komunitas KRL Mania dengan tujuan agar suara para penumpang lebih didengar oleh PT. KCJ. Adanya tindakan dari aktor individu ini diharapkan penumpang mempunyai kekuatan yang lebih besar dengan cara berhimpun dengan komunitas ini.

Peran aktor korporat semakin penting, ia dapat bertindak menguntungkan atau bahkan membahayakan individu. Aktor korporat mengontrol sumber daya dan peristiwa, kepentingan akan sumberdaya dan peristiwa, serta kapabilitas untuk bertindak merealisasikan kepentingan-kepentingan tersebut melalui kontrol.<sup>18</sup> Perusahaan adalah aktor yang juga membuat pilihan-pilihan tindakan karena disisi mereka harus memberikan keuntungan dan disisi lain hubungan dengan komunitas harus tetap terjalin dengan baik agar produksi tidak terganggu. PT. KCJ sebagai aktor korporat harus menjaga hubungan dengan KRL Mania. Salah satu hal yang dilakukan yaitu ketika ada kebijakan baru, PT. KCJ mengundang perwakilan KRL Mania untuk berdiskusi bersama.

PT. KCJ merupakan aktor korporat yang mengontrol semua aktivitas KRL, kebijakan KRL dan mempunyai tanggung jawab penuh atas keberlangsungan

---

<sup>18</sup>*Ibid.*, hlm. 483.

transportasi KRL. Rasionalitas lebih banyak dilihat dari sisi tujuan yang ingin dicapai dibandingkan dengan alat atau cara untuk mencapainya. Aktor tidak lagi memperhatikan apakah cara yang dicapai untuk mencapai tujuan tersebut merugikan orang lain atau tidak. PT. KCJ sebagai aktor korporat bertindak secara rasional, seperti menaikkan tarif karcis dengan tujuan untuk memperbaiki pelayanan mereka agar dapat menjadi lebih baik. Walaupun kebijakan kenaikan tarif ini banyak ditentang oleh penumpang, tapi PT. KCJ masih tetap menaikkan tarif karcis.

Para aktor masing-masing memiliki tujuan untuk mendapatkan keinginan mereka melalui tindakan. Untuk mendapatkan tujuannya, aktor melakukan suatu tindakan yang menurut mereka rasional. Aktor mempunyai tujuan untuk mencapai tindakannya tersebut, dan aktor mempunyai pilihan. Tindakan yang dilakukan aktor untuk mencapai tujuan tertentu didasarkan pada pilihan aktor. PT. KCJ sebagai aktor korporat mempunyai tujuan untuk menjadikan KRL sebagai alat transportasi yang paling digemari oleh masyarakat. Untuk itu, mereka selalu berusaha menjadikan KRL menjadi lebih baik lagi dengan cara menerapkan kebijakan-kebijakan baru yang mereka buat. Penumpang sebagai aktor individu mempunyai tujuan untuk mendapatkan kenyamanan bertransportasi. Penumpang memilih untuk menggunakan KRL karena mereka mempunyai harapan yang besar ketika menggunakan KRL akan mendapatkan kepuasan yang tidak mereka dapatkan ketika menggunakan transportasi darat lainnya. Dipaparkan dalam buku Sosiologi Ekonomi bahwa:<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Sindung Haryanto, *Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2011, hlm. 109



“Setiap aktor berfungsi sebagai pemain dalam sistem, alternatif-alternatif pilihan tersedia bagi setiap aktor, sejumlah dampak mungkin terjadi di dalam sistem dari setiap tindakan aktor, preferensi setiap aktor jumlahnya lebih dari dampak yang mungkin terjadi, dan ekspektasi aktor berdasarkan parameter sistem.”

## F. Hipotesis dan Model Analisis

### 1. Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah:

Ho: Penumpang KRL *Commuter Line* Bekasi-Jakarta tidak puas

Ha: Penumpang KRL *Commuter Line* Bekasi-Jakarta puas

### 2. Model Analisis

Tingkat Kepuasan Penumpang:

- Harga Karcis
- Kepastian Waktu
- Mutu Layanan
- Kualitas Kondisi KRL

Pola hubungan antara konsep dengan dimensi yaitu asimetris atau searah. Pola hubungan yang asimetris memperlihatkan bahwa konsep dipengaruhi oleh dimensi, namun tidak sebaliknya. Dimensi penelitian yaitu harga karcis, waktu, mutu layanan dan kualitas kondisi KRL mempengaruhi tingkat kepuasan penumpang. Jika nilai dari keempat dimensi tersebut tinggi, maka secara otomatis tingkat kepuasan pun akan tinggi. Sebaliknya, jika keempat dimensi tersebut mempunyai nilai yang rendah, maka tingkat kepuasan pun akan rendah.

## G. Metode Penelitian

### 1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan teknik survey. Survey dilakukan dengan observasi ke lokasi penelitian untuk mencari data primer seperti jumlah penumpang dan data lainnya yang berlaku sebagai data sekunder penelitian. Penelitian menggunakan kuesioner yang akan diisi oleh beberapa responden yang dipilih secara insidental. Kuesioner diisi oleh responden dengan didampingi peneliti untuk menjelaskan mengenai pernyataan dalam kuesioner. Responden yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu penumpang KRL *Commuter Line* Bekasi-Jakarta Kota. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan satu variabel atau univariat. Variabel dalam penelitian ini yaitu kepuasan penumpang.

### 2. Populasi dan Sampel

#### 2. 1. Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah semua pengguna KRL *Commuter* Bekasi-Jakarta. Karena keterbatasan penelitian, maka tidak semua populasi di jadikan responden penelitian. Hal ini karena jumlah populasi yang terlalu banyak. Penelitian ini mengambil populasi dari jumlah penumpang per-satu kali perjalanan kereta. Dari data yang peneliti peroleh langsung dari bagian humas Stasiun Bekasi, jumlah penjualan karcis KRL *Commuter Line* perharinya tidaklah selalu sama.

“kita gak ada rekapan data jumlah penumpang per kereta sekali jalan *mbak*, adanya data penjualan karcis KRL sehari kira-kira 14.966 karcis. Itu masih gabungan sama KRL Ekonomi. Untuk lebih gampangnya *ngitung* jumlah penumpang *kalo* pagi ditung dari kapasitas tempat duduk sama permeter persegi *aja*”<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Kusumaningrum, Divisi Humas Stasiun Bekasi pada tanggal 12 September 2012, pukul 13.00 WIB.

Upaya untuk menghitung jumlah penumpang kereta persekali perjalanan, peneliti terlebih dahulu mendapatkan data seperti panjang kereta, kapasitas tempat duduk dan kapasitas berdiri penumpang per meter persegi. Kepala Stasiun Bekasi yaitu Bapak Sucahyo mengatakan bahwa untuk tahun 2012 kapasitas berdiri penumpang per meter persegi yaitu sembilan orang, sedangkan panjang satu gerbong kereta yaitu 20 meter persegi. Jadi, jumlah penumpang yang berdiri pada satu gerbong kereta yaitu  $9 \times 20 = 180$  orang. Untuk penumpang yang duduk, dalam satu gerbong kereta terdapat enam *seat* kursi dan empat *seat* kursi prioritas. Masing-masing *seat* berkapasitas tujuh orang penumpang, namun ketika kereta penuh biasanya terisi untuk delapan orang. Jadi untuk jumlah penumpang yang duduk di kursi biasa pada satu gerbong yaitu  $8 \times 6 = 48$  orang.

Tempat duduk prioritas ada empat *seat* yang mana tiap *seat* berkapasitas tiga orang. Sama seperti kursi biasa, pada saat kereta penuh kapasitas ini bertambah untuk satu orang menjadi empat orang per *seat*. Jadi, untuk penumpang yang duduk di kursi prioritas yaitu  $4 \times 4 = 16$  orang. Keseluruhan dari penumpang yang duduk di kursi biasa dan kursi prioritas yaitu  $48 + 16 = 64$  orang yang duduk pada satu gerbong kereta saat kereta penuh. Total untuk jumlah penumpang pada satu gerbong kereta adalah 180 penumpang yang berdiri dikalikan dengan 64 penumpang yang duduk sama dengan 244 orang penumpang yang berada pada satu gerbong kereta disaat penuh atau jam sibuk.

**Gambar I.1.**  
**Ilustrasi Gerbong Kereta**



Sumber: Koleksi Pribadi, Tahun 2012.

Ilustrasi di atas menggambarkan posisi tempat duduk di dalam gerbong kereta. Pada gambar I.1., kursi prioritas digambarkan berwarna merah muda dengan kode KP. Untuk kursi biasa digambarkan berwarna biru dengan kode KB. Kursi prioritas berada pada masing-masing ujung gerbong dengan dua *seat* dimasing-masing sisi, dan jumlah keseluruhan pada satu gerbong adalah empat *seat*. Sedangkan kursi biasa terletak di tengah gerbong dengan tiga *seat* di masing-masing sisi, dan jumlah keseluruhan pada satu gerbong adalah enam *seat*.

Satu rangkaian KRL terdiri dari delapan gerbong kereta. Untuk satu gerbong kereta telah diketahui bahwa jumlah penumpang sebanyak 244 orang. Jadi, untuk mengetahui berapa jumlah penumpang pada satu rangkaian KRL di saat penuh yaitu  $244 \text{ penumpang} \times 8 \text{ gerbong} = 1952 \text{ penumpang}$  pada satu rangkaian KRL. Dapat disimpulkan pada satu rangkaian KRL *Commuter Line* Bekasi-Jakarta pada saat penuh yaitu 1952 orang penumpang. Jadi untuk populasi pada penelitian ini yaitu 1952 orang penumpang.

## 2. 2. Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non probability sampling*, teknik ini tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap

unsur atau anggota populasi untuk dipih menjadi sampel.<sup>21</sup> Jenis *non probability sampling* yang digunakan yaitu *sampling insidental*. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>22</sup> Untuk menentukan besaran sampel yang digunakan dalam penelitian, peneliti menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{(N \times (d)^2) + 1}$$

Keterangan: n= Jumlah Sampel

N= Jumlah populasi

e= Presisi yang diinginkan (dalam penelitian sosial maksimal 30%)

Pengambilan sampel dilakukan karena beberapa faktor dari keterbatasan penelitian. Adapun keterbatasan penelitian ini yaitu jumlah populasi penumpang kereta yang tidak memungkinkan seluruhnya untuk menjadi responden penelitian. Selain itu, juga keterbatasan biaya penelitian yang tidak memungkinkan peneliti menjadikan seluruh populasi sebagai responden penelitian. Faktor terakhir yaitu waktu observasi penelitian yang diberikan oleh PT. KCJ sangat terbatas. Dari rumus Slovin yang telah dijelaskan di atas, dapat diketahui jumlah sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

$$n = \frac{N}{(N \times (d)^2) + 1} = \frac{1952}{(1952 \times (10\%)^2) + 1} = \frac{1952}{20.52} = 95,12 = 95 \text{ orang}$$

---

<sup>21</sup>Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 84.

<sup>22</sup>Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 85.

## 3. Variabel dan Operasionalisasi Konsep

**Tabel I. 4.**  
**Variabel: Tingkat Kepuasan Penumpang**

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator	Kategori	Skala Pengukuran
Kepuasan Pelanggan	Tingkat Kepuasan Pelanggan	Harga Tarif Karcis KRL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentase kenaikan biaya karcis kereta</li> <li>• Keterjangkauan tarif</li> </ul>	Sangat tidak setuju = 1 Tidak setuju = 2 Setuju = 3 Sangat setuju = 4	Ordinal
		Kepastian Waktu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jadwal kedatangan kereta</li> <li>• Jadwal keberangkatan kereta</li> <li>• Waktu tempuh kereta</li> </ul>		
		Mutu Layanan PT. KCI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fasilitas fisik, perlengkapan, sarana dan prasarana</li> <li>• Kemampuan untuk melakukan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat</li> <li>• Kesiapan untuk membantu konsumen dan menyediakan pelayanan dengan cepat</li> <li>• Kesopansantunan petugas dan kemampuannya untuk melayani penumpang</li> <li>• Kepedulian petugas terhadap penumpang</li> </ul>	Sangat tidak puas = 1 Tidak puas = 2 Puas = 3 Sangat puas = 4	
		Kualitas Kondisi KRL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebersihan gerbong kereta</li> <li>• Keamanan gerbong kereta</li> <li>• Kenyamanan gerbong kereta</li> </ul>		

Sumber: Diolah dari Hasil Penelitian, Tahun 2012.

### 3. 1. Harga Tarif Karcis KRL

#### **Definisi Operasional**

Tarif karcis KRL *Commuter Line* dinilai tidak sesuai dengan fasilitas, dan pelayanan yang didapatkan oleh penumpang. Harga karcis dinilai terlalu mahal dan tidak semua penumpang mampu untuk membelinya. Kenaikan tarif tidak dapat dijadikan alasan oleh PT. KCJ, jika kualitas yang dihasilkan masih buruk. PT. KCJ harus mengalokasikan anggarannya dengan tepat dan sesuai dengan harapan penumpang sehingga dapat semaksimal mungkin memenuhi kepuasan penumpang.

**Tabel I. 5.**

#### **Operasionalisasi Konsep Harga Tarif Karcis KRL**

<b>Definisi Konsep</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pertanyaan dalam Kuesioner</b>	<b>Nomor Kuesioner</b>
Besarnya tarif berkaitan dengan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh penumpang. Semakin tinggi tarif maka penumpang akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian.	Presentase kenaikan biaya karcis kereta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perlu adanya kenaikan biaya karcis</li> <li>• Perlu adanya penurunan biaya karcis</li> <li>• Tarif sudah sesuai dengan fasilitas yang didapatkan</li> </ul>	11, 12, 13, 14
	Tarif yang terjangkau	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga karcis KRL <i>Commuter Line</i> saat ini dapat dijangkau oleh penumpang KRL</li> </ul>	

Sumber: Diolah dari Hasil Penelitian, Tahun 2012.

### 3. 2. Kepastian Waktu

#### **Definisi Operasional**

Waktu diartikan sebagai pelayanan KRL *Commuter Line* dilakukan dengan jadwal yang tepat, sehingga penumpang dapat merencanakan perjalanan dengan pasti. Keterlambatan yang merugikan penumpang karena kesalahan PT. KCJ biasanya tidak dapat ditolerir oleh para penumpang. Ketidaktepatan waktu akan dapat merugikan penumpang. Penumpang mengharapkan dengan menggunakan KRL, mereka akan lebih cepat sampai ke tempat tujuan dibandingkan dengan transportasi darat lainnya.

Hal ini dikarenakan KRL merupakan satu-satunya transportasi darat yang bebas dari kemacetan dan mempunyai jalur sendiri. Tapi permasalahan yang sering terjadi yaitu keterlambatan pada jadwal KRL yang membuat penumpang rugi terhadap waktu mereka.

**Tabel I. 6.**  
**Operasionalisasi Konsep Kepastian Waktu**

Definisi Konsep	Indikator	Pertanyaan dalam Kuesioner	Nomor Kuesioner
Waktu merupakan salah satu aspek penting bagi pelanggan. Kesalahan waktu yang dilakukan perusahaan tidak dapat ditolerir oleh pelanggan.	• Jadwal kedatangan kereta	• Ketepatan waktu datangnya kereta	15, 16, 17, 18, 19
	• Jadwal kereta tiba	• Ketepatan waktu kereta tiba	
	• Jadwal keberangkatan kereta	• Ketepatan waktu keberangkatan kereta	
	• Waktu tempuh kereta	• Dekatnya jarak antara satu kereta dengan kereta berikutnya (headway) dekat • Lamanya waktu bila kereta tertahan oleh “kereta langsung” <sup>23</sup>	

Sumber: Diolah dari Hasil Penelitian, Tahun 2012.

### 3. 3. Mutu Layanan PT. KCJ

#### **Definisi Operasional**

Mutu layanan adalah berbagai karakteristik KRL *Commuter Line* yang dilihat dari segi pelayanan. Diharapkan dengan mutu layanan ini mampu memberikan rasa puas sesuai dengan kebutuhan penumpang. Apabila pelayanan dari petugas dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka pelayanan dirasakan baik dan memuaskan. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka pelayanan dipersepsikan buruk.

<sup>23</sup> Merupakan kereta api jarak jauh seperti kereta api eksekutif, bisnis, ekonomi, dan kereta barang yang menyebabkan tertundanya perjalanan KRL karena harus didahulukan oleh kereta ini.



**Tabel I. 7.**  
**Operasionalisasi Konsep Mutu Layanan PT. KCJ**

<b>Definisi Konsep</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pertanyaan dalam kuesioner</b>	<b>Nomor Kuesioner</b>
<p>Pelayanan dilihat dari segi sejauhmana kinerja perusahaan memberikan pelayananan untuk pelanggan. Diharapkan dengan mutu layanan ini mampu memberikan rasa puas sesuai dengan kebutuhan pelanggan.</p>	<p>Fasilitas fisik, perlengkapan, sarana dan prasarana</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenyamanan peron tempat menunggu</li> <li>• Kebersihan peron</li> <li>• Kebersihan loket karcis</li> <li>• Kelengkapan fasilitas di peron (tempat duduk, televisi, tempat sampah)</li> <li>• Kelengkapan fasilitas penunjang (toilet, tempat ibadah)</li> </ul>	<p>20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41</p>
	<p>Kemampuan untuk melakukan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Petugas selalu siap memberikan pelayanan informasi</li> <li>• Petugas selalu siap memberikan pelayanan karcis</li> <li>• Tidak pernah terjadi kesalahan fatal dalam pelayanan</li> </ul>	
	<p>Kesediaan untuk membantu konsumen dan menyediakan pelayanan dengan cepat</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemudahan penumpang menyampaikan keluhan</li> <li>• Kemudahan penumpang menyampaikan kebutuhan</li> <li>• Petugas tanggap dalam merespon keluhan penumpang</li> <li>• Petugas tanggap dalam merespon kebutuhan penumpang</li> <li>• Petugas tanggap dalam menyelesaikan keluhan penumpang</li> <li>• Petugas tanggap dalam menyelesaikan kebutuhan penumpang</li> </ul>	
	<p>Kesopansantunan petugas dan kemampuannya untuk melayani penumpang</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Petugas merespon dengan baik bila ditanya penumpang</li> <li>• Petugas memberikan informasi yang tepat tentang kedatangan kereta</li> <li>• Petugas memberikan informasi yang jelas tentang kedatangan kereta</li> <li>• Petugas memberikan informasi yang tepat tentang keberangkatan kereta</li> <li>• Petugas memberikan informasi yang jelas tentang keberangkatan kereta</li> </ul>	
	<p>Kepedulian petugas terhadap penumpang</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penumpang merasa bahwa petugas (termasuk satpam) cukup ramah dan sopan</li> <li>• Petugas sangat menaruh perhatian untuk membantu setiap kesulitan penumpang</li> <li>• Petugas memperlakukan semua penumpang dengan adil dan tidak pilih kasih</li> </ul>	

Sumber: Diolah dari Hasil Penelitian, Tahun 2012.

### 3. 4. Kualitas Kondisi Kereta

#### Definisi Operasional

Kondisi KRL *Commuter Line* merupakan salah satu aspek penting bagi penumpang untuk memberikan penilaian atas kepuasan yang mereka rasakan. Kondisi kereta dapat dilihat dari keadaan fisik dalam dan luar gerbong. Mulai dari kebersihan gerbong, keamanan di dalam gerbong, hingga kenyamanan di dalam gerbong. Kondisi kereta merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh PT. KCJ untuk meningkatkan pelayanan agar penumpang merasa puas.

**Tabel I. 8.**

#### Operasionalisasi Konsep Kondisi Kereta

Definisi Konsep	Indikator	Pertanyaan dalam Kuesioner	Nomor Kuesioner
Kualitas merupakan sesuatu yang dapat menambah nilai ekstra pada produk atau jasa. Kualitas produk atau jasa yang tinggi mempunyai nilai yang tinggi pula. Tanpa kualitas yang baik, suatu produk atau jasa tidak dapat mendapatkan simpati yang baik.	Kebersihan gerbong kereta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak ada sampah berserakan di dalam gerbong</li> <li>• Gerbong bersih</li> <li>• Gerbong tidak ada coret-coretan</li> </ul>	42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52
	Keamanan gerbong kereta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Petugas menegur penumpang yang makan/minum</li> <li>• Tidak adanya copet karena pengamanan petugas yang ketat</li> <li>• Tidak terjadi pelecehan seksual di dalam kereta</li> </ul>	
	Kenyamanan gerbong kereta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kursi masih empuk</li> <li>• Kursi prioritas digunakan sesuai fungsinya</li> <li>• Pendingin ruang (AC) dan kipas angin berfungsi dengan baik</li> <li>• Petugas menegur penumpang yang menggunakan kursi lipat atau duduk beralaskan koran saat kereta dalam keadaan penuh</li> <li>• Pegangan untuk penumpang yang berdiri masih kokoh</li> </ul>	

Sumber: Diolah dari Hasil Penelitian, Tahun 2012.

### 4. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik survei. Untuk jenis data terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer atau biasa disebut data asli atau data baru adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan

langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian.<sup>24</sup> Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang dibagikan dan kemudian diisi oleh penumpang KRL. Kuesioner yang digunakan merupakan angket tertutup yang jawabannya telah disediakan, sehingga responden cukup memilih jawaban mana yang sesuai dengan perasaan mereka.

Selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber yang telah ada.<sup>25</sup> Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan melalui observasi ke PT. KCJ untuk mendapatkan data mengenai berbagai macam tipe KRL *Commuter Line*, total jumlah penumpang KRL *Comuter Line* perbulan diseluruh lintasan, dan data-data lainnya. Lainnya, data sekunder juga peneliti dapatkan dari Stasiun Bekasi mengenai jumlah penumpang KRL *Commuter Line*, jadwal pemberangkatan KRL dan data-data lainnya. Selain itu, peneliti mencari data ke BPS (Badan Pusat Statistik) untuk mendapatkan data-data statistik yang dibutuhkan. Peneliti juga mendapatkan data dari wawancara sambil lalu dengan penumpang maupun dengan karyawan PT. KCJ dan karyawan Stasiun Bekasi.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket tertutup) yang jawabannya telah disediakan, sehingga responden tinggal memilih jawaban mana yang mereka anggap paling mewakili pendapat mereka. Kuesioner yang dipakai pada penelitian ini merupakan angket berbentuk skala Likert. Dengan

---

<sup>24</sup> Iqbal Hasan, *Op. Cit.*, hlm. 19.

<sup>25</sup> Iqbal Hasan, *Op. Cit.*, hlm. 19.

skala Likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak menyusun butir-butir instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata.<sup>26</sup>

#### 5. Teknis Analisis Data

Analisis data untuk penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk memberi gambaran pada jawaban responden terhadap variabel penelitian. Untuk mempermudah dalam penggambaran jawaban responden, peneliti menggunakan angka indeks. Dengan indeks, skor tiap pertanyaan akan diakumulasi dimana pada masing-masing pertanyaan mempunyai nilai yang telah dijawab oleh responden melalui kuesioner.

Seperti yang telah dijelaskan pada sub bab teknik pengumpulan dan instrumen penelitian, skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sikap dengan beberapa item pertanyaan yang terdiri dari pernyataan positif dan negatif. Dalam bukunya Metode Penelitian Survei, Masri mengatakan:

“Responden yang memiliki skor yang lebih tinggi pada suatu indeks juga memiliki kualitas yang lebih tinggi dari responden lainnya. Indeks diharapkan dapat mengurutkan responden secara ordinal menurut suatu variabel tertentu”

Skala penilaian yang digunakan pada penelitian ini terbagi menjadi dua kriteria. Untuk dimensi harga kriteria skala yang digunakan untuk menghitung

---

<sup>26</sup> Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012, hlm. 104.

indikator ada empat, yaitu STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), S (Setuju), SS (Sangat Setuju). Sama halnya dengan kriteria yang digunakan untuk menghitung masing-masing indikator dari dimensi harga, pada dimensi kepastian waktu, mutu layanan dan kondisi kereta juga menggunakan empat kriteria penghitungan untuk masing-masing indikator, yaitu STP (Sangat Tidak Puas), TP (Tidak Puas), P (Puas), SP (Sangat Puas).

Sedangkan dalam pengolahannya dibantu dengan program computer *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 17. Penggunaan SPSS dalam penelitian ini yaitu untuk analisis deskriptif (frekuensi), dan analisis tabel silang atau *cross tab*. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengolah data agar data menjadi mudah dipahami. Analisis yang terakhir yaitu analisis *cross tab* yang digunakan untuk melihat penyilangan data pada instrumen satu dan yang lainnya.

Pengolahan data terlebih dahulu dilakukan pengkodean terhadap hasil kuesioner. Pengkodean yaitu pembuatan angka pada hasil jawaban responden. Selanjutnya dilakukan analisis univariat dengan tabel frekuensi. Tabel frekuensi digunakan untuk melihat penyebaran data secara lebih ringkas. Kemudian untuk mengetahui tingkat kepuasan penumpang, terlebih dahulu hasil dari skoring kuesioner dimasukkan kedalam tiga kategori yaitu rendah, sedang dan tinggi. Untuk memperoleh nilai dari masing-masing kategori tersebut terlebih dahulu harus diketahui nilai tengahnya, pada penelitian ini digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Mean} \pm \frac{1}{2} \cdot \text{Standard Deviasi}$$

Setelah diketahui rata-rata dan standard deviasi, dengan rumus tersebut akan diketahui nilai atas dan nilai bawah. Untuk mencari nilai tengah, digunakan program SPSS dengan menggunakan nilai atas dan nilai bawah yang telah diketahui tadi. Kemudian akan diketahui berapa nilai dari masing-masing jawaban responden yang kemudian akan dikategorikan pada kategori rendah, sedang dan tinggi.

#### **H. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini terdiri dari beberapa lima bab, dalam sub bab ini, peneliti akan sedikit memberi gambaran mengenai penelitian ini. Bab I merupakan Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang penelitian, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian. Selain itu, akan dipaparkan tinjauan penelitian sejenis yang peneliti gunakan, kerangka teori penelitian, asumsi dan hipotesis. Pada sub bab metode penelitian akan dipaparkan populasi dan sampel penelitian, variable dan instrument penelitian, dan teknik pengumpulan dan analisa data. Sub bab terakhir yaitu sistematika penulisan.

Bab II akan dipaparkan mengenai deskripsi lokasi penelitian. Lokasi penelitian ini berada di Stasiun Bekasi. Selain itu, akan dijelaskan pula profil responden yang merupakan penumpang KRL *Commuter Line* Bekasi-Jakarta. Selanjutnya merupakan karakteristik responden yang akan digambarkan melalui diagram. Bab III merupakan pemaparan dari hasil uji hipotesis yaitu tingkat kepuasan penumpang. Dalam bab ini akan dijelaskan hasil temuan penelitian. Setelah

melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner, observasi dan wawancara sambil lalu, maka akan diadakan hasil uji hipotesis dengan cara mengolah data kuesioner yang sudah di isi oleh responden dengan menggunakan program SPSS. Analisis tabel silang dilakukan pada karekteristik responden dan skor total tingkat kepuasan penumpang.

Bab IV pembahasan dari hasil penelitian. Bab ini merupakan analisis hasil penelitian yaitu analisis kepuasan penumpang KRL Bekasi-Jakarta. Analisis kepuasan terdiri dari hasil uji hipotesis dan keberlakuan hasil penelitian. Lainnya yang akan dibahas yaitu implikasi hasil penelitian yang terdiri dari implikasi konseptual dan implikasi praktis. Bab V atau bab terakhir yaitu kesimpulan dan saran. Bab ini berisi mengenai kesimpulan yang berisi jawaban atas pertanyaan penelitian. Dalam bab ini juga disajikan kesimpulan dari hasil penelitian. Selain itu, pada bab ini terdapat saran yang ditujukan untuk keberlangsungan KRL yang lebih baik.