

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada saat beberapa negara bahkan termasuk negara Indonesia sedang mengalami pandemic virus covid-19. Di setiap wilayah di Indonesia khususnya wilayah yang tingkat penyebaran cukup tinggi akan menerapkan beberapa aturan guna mencegah dan memutus rantai penularan virus covid-19. Di DKI Jakarta dan sekitarnya membuat kebijakan tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Adanya kebijakan tersebut diharapkan dapat menekan laju penularan virus covid-19, tetapi akan membuat masyarakat di ibu kota semakin sulit untuk mobilisasi ketempat yang akan dituju.

Meskipun pada saat ini di seuruh dunia sedang mengalami pandemic virus covid-19, namun perkembangan teknologi terus berlanjut dari zaman ke zaman. Teknologi yang semakin modern membuat seluruh kegiatan manusia menjadi lebih mudah untuk diselesaikan. Para pelaku bisnis yang menjual produk atau jasa khususnya jasa transportasi juga merasakan manfaatnya terhadap teknologi yang semakin canggih dan modern. Di Indonesia khususnya di DKI Jakarta memiliki berbagai macam transportasi umum yang dapat digunakan oleh penduduk DKI Jakarta. Transportasi yang saat ini sering digunakan oleh penduduk di DKI Jakarta adalah transportasi KRL Commuter Line.

KRL Commuter Line adalah salah satu transportasi umum di DKI Jakarta yang menggunakan kereta rel listrik yang dioperasikan oleh anak perusahaan dari PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) yaitu PT Kereta Commuter Indonesia (KAI Commuter). PT Kereta Commuter Indonesia (KAI Commuter) memiliki kewajiban untuk mengelola dan mengoperasikan layanan transportasi KA Commuter di wilayah Jabodetabek dan sekitarnya. Kereta Commuter Jabodetabek (KCJ) telah sah dibentuk secara *de facto* dan *de jure* setelah dikeluarkan Inpres No. 5 tahun 2008 dan beserta Surat Menteri Negara BUMN No. S-653/MBU/2008 yang dikeluarkan pada tanggal 12 Agustus 2008. Kehadiran KCJ dalam bisnis jasa

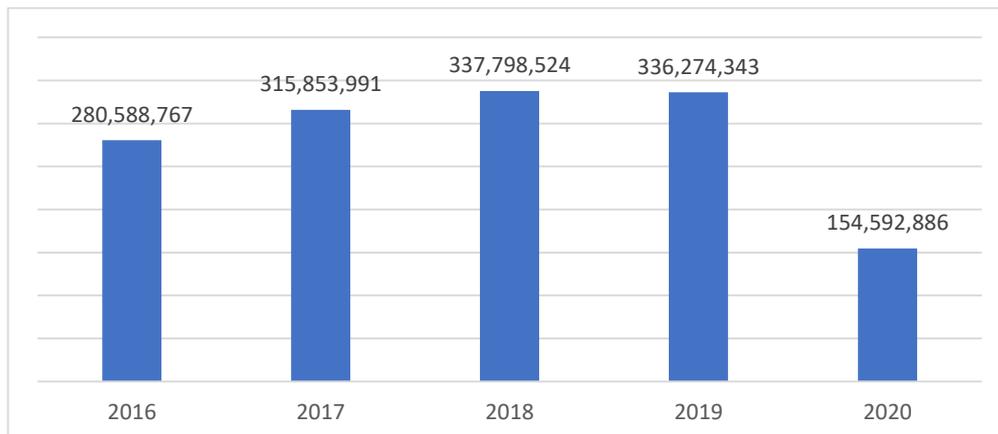
angkutan umum memiliki proses pembentukan dan persiapan yang cukup rumit. Bermula dari keinginan dari para *stakeholders* perusahaan yang ingin lebih fokus dan totalitas dalam memberikan pelayanan jasa transportasi yang berkualitas serta membantu mengatasi persoalan transportasi di Indonesia seperti di DKI Jakarta yang memiliki masalah transportasi yang sangat kompleks.

Sektor transportasi KRL Commuter Line meliputi berbagai wilayah yaitu, Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi atau yang biasa disingkat JABODETABEK. Adanya transportasi KRL Commuter Line sangat memberikan manfaat yang besar bagi penduduk di DKI Jakarta untuk mobilisasi penduduk dalam melakukan aktifitas sehari-hari. Menurut kutipan dari website resmi dari KAI Commuter hingga akhir tahun 2020, jumlah penumpang transportasi KRL Commuter Line di wilayah Jabodetabek telah melayani 154.592.886 penumpang. Pada Maret 2021 jumlah unit KRL Commuter Line yang tersedia di wilayah Jabodetabek berjumlah 1.196 unit yang setiap harinya melewati 80 stasiun dengan total rute yang dilewati mencapai 418,5 km.

Tabel 1 Jumlah Pengguna KRL Commuter Line di Indonesia

Tahun	Jumlah Penumpang
2016	280.588.767
2017	315.853.991
2018	336.798.524
2019	336.274.343
2020	154.592.886
Total	1.424.108.511

sumber: databoks diolah PT Kereta Commuter Indonesia (KCI), (2021)



Sumber: data diolah

Gambar 1 Grafik Jumlah Penumpang KRL Commuter Line di Indonesia

Dari tabel dan grafik diatas menunjukkan total pengguna KRL Commuter Line Indonesia pada tahun 2020 mengalami penurunan. Ini disebabkan karena beberapa tahun belakangan ini perkembangan transportasi di Indonesia khususnya di kota-kota besar seperti di DKI Jakarta semakin baik dan modern. Di kota Jakarta memiliki berbagai macam transportasi yang dapat digunakan oleh penduduknya seperti ojek pengkolan, ojek *online*, angkot, trans Jakarta, metro mini, bajay, MRT, LRT, dan KRL Commuter Line. Pada tahun 2020 jumlah penumpang KRL Commuter Line Indonesia mengalami penurunan. Penurunan penumpang mencapai 54% dari 336 juta hingga 154 juta. Penurunan jumlah penumpang pada tahun 2020 disebabkan karena adanya pandemic covid-19 yang melanda ibu kota. Pergerakan masyarakat yang diperketat karena adanya kebijakan seperti PSBB dan PPKM membuat jumlah penumpang KRL Comuuter Line Indonesia menurun.

Meskipun jumlah penumpang KRL Commuter Line Indonesia menurun selama dua tahun terakhir tetapi transportasi KRL Commuter Line adalah transportasi yang paling sering digunakan di kota Jakarta. Menurut data dari Liputan6.com KRL Commuter line adalah transportasi yang paling sering digunakan oleh warga ibu kota disusul Bus Trans Jakarta, Ojek *Online*, MRT, dan LRT.

Tabel 2 Transportasi Umum Andalan Warga Jakarta Tahun 2019

No	Jenis Transportasi
1	KRL Commuter Line
2	Bus Trans Jakarta
3	Ojek <i>Online</i>
4	Mass Rapid Transit (MRT)
5	Light Rail Transit (LRT)

sumber: data diolah Liputan6.com

KRL Commuter Line sebagai transportasi yang paling diandalkan oleh warga Jakarta maka kualitas layanan dari transportasi KRL Commuter Line harus ditingkatkan lebih baik lagi agar posisi transportasi andalan warga Jakarta tidak tergantikan. Beberapa fenomena yang terjadi saat ini pada KRL Commuter Line adalah terus bertambahnya fasilitas-fasilitas yang terdapat di setiap stasiun. Pengembangan sistem pembayaran untuk menggunakan KRL Commuter Line lebih dipermudah seperti penggunaan *e-ticketing* seperti *e-commet*. Beberapa bank yang bekerja sama dengan PT. KCJ, yaitu Mandiri, BNI, BCA, BRI, Bank DKI, dan Bank Mega dapat menggunakan kartu Prabayarannya untuk menggunakan KRL Commuter Line. Namun masih dapat ditemukan beberapa keluhan konsumen di Jakarta setelah menggunakan KRL Commuter Line diantaranya, yaitu:

- a. Keterlambatan waktu datangnya KRL Commuter Line.
- b. Penumpang KRL Commuter Line mengalami kepenuhan pada saat jam sibuk.
- c. Adanya gerbong KRL Commuter Line yang kotor.
- d. Adanya kaca jendela yang retak
- e. Antrian yang panjang saat pembelian tiket KRL Commuter Line dan masuk peron.
- f. Pengembalian uang jaminan tiket yang terlalu lama.
- g. Tidak terdapat toilet di dalam KRL Commuter Line.

Kualitas layanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan dampak negatif terhadap kepuasan konsumen dan akan mempengaruhi loyalitas konsumen KRL Commuter Line di Jakarta. PT. KCJ harus dapat memperbaiki kualitas layanannya agar mendapatkan kepuasan dan loyalitas konsumennya.

Kualitas layanan adalah awal dari munculnya kepuasan konsumen (Kusuman, dkk, 2018). Sasaran utama dari kualitas layanan suatu jasa transportasi adalah pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat terjadi apabila kebutuhan, keinginan, dan harapan atau ekspektasi konsumen yang telah menggunakan suatu produk atau jasa dapat terpenuhi (David Firmansyah & Dr. Dorojatun Prihandono, 2018). Ketika konsumen puas karena layanan jasa yang telah diberikan maka akan terjalin suatu hubungan dan kesan yang baik antara perusahaan dengan konsumen. Kepuasan konsumen juga dapat menciptakan loyalitas konsumen. Menciptakan kepuasan konsumen sangat penting bagi perusahaan karena persaingan bisnis antar perusahaan semakin kuat sehingga sangat bermanfaat bagi perusahaan agar nantinya konsumen yang sudah loyal tidak akan berpindah (Caturani, Suseno, & Widajanti, 2019).

Menurut (Lusia, 2018), loyalitas konsumen merupakan kesetiaan konsumen atas produk atau layanan yang telah mereka pakai. Loyalitas konsumen akan terjadi setelah konsumen melalui proses yang panjang, dimana konsumen telah melewati proses belajar (pengalaman) terhadap produk atau layanan yang dipakai secara terus-menerus.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Herlin Widasiwi Setianingrum, 2018) yang menganalisis kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen menyimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Penelitian tersebut didukung oleh penelitian dari (Deccasari, 2018) menyimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Endah Dwi Rosanti, 2020) kualitas layanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian lain yang diteliti oleh (Euis Saribanon dkk., 2016), yang menganalisis kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas merek. Penelitian tersebut didukung oleh penelitian dari Rathe (2017) yang juga membahas tentang kepuasan konsumen terhadap loyalitas menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek memiliki pengaruh positif yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kepuasan yang dimiliki konsumen maka semakin besar juga loyalitas konsumen

pada suatu produk atau jasa. Namun penelitian yang diteliti oleh Shahin et al., (2011) menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen tidak berhubungan signifikan terhadap loyalitas merek. Ini menandakan bahwa semakin besar kepuasan konsumen maka belum tentu loyalitas konsumen akan tercipta.

Dengan penjelasan fenomena diatas tentang usaha PT. KCJ untuk meningkatkan kualitas layanannya dan terdapat perbedaan hasil penelitian sebelumnya maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian tentang **“Analisis Kualitas layanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi KRL Commuter Line di DKI Jakarta”**.

I.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka perumusan masalah dari penelitian ini dapat dirumuskan yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen?

I.3 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah yang sudah disebutkan, ada beberapa tujuan pada penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis serta membuktikan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis serta membuktikan pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis serta membuktikan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis serta membuktikan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi bagi berbagai pihak, diantara lain yaitu:

a. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, konsep, dan praktek ilmu pemasaran yang bermanfaat bagi:

1) Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti untuk memperluas informasi, wawasan, dan pengalaman tentang loyalitas konsumen atas kualitas layanan dan kepuasan konsumen.

2) Bagi peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tambahan referensi tentang kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen agar penelitian selanjutnya dapat lebih berkembang.

b. Manfaat praktis

Secara praktis hasil penelitian ini untuk mengembangkan ilmu pengetahuan sebagai tambahan informasi atau referensi bagi penelitian berikutnya dan mengetahui tingkatan kualitas layanan, kepuasan konsumen, serta loyalitas konsumen untuk berbagai pihak.