

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perkeretaapian

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.23 Tahun 2007, perkeretaapian adalah suatu kesatuan sistem yang terdiri atas prasarana, sarana, dan sumber daya manusia, serta norma, kriteria, persyaratan dan prosedur untuk penyelenggaraan transportasi kereta api. Dalam pasal 3 Undang-Undang No.23 Tahun 2007 bahwa perkeretaapian diselenggarakan dengan tujuan untuk memperlancar perpindahan orang dan/atau barang secara massal dengan selamat, aman, nyaman, cepat dan lancar, tepat, tertib dan teratur, efisien serta menunjang pemerataan, pertumbuhan, stabilitas, pendorong dan penggerak pembangunan nasional.

Perkeretaapian sebagai salah satu moda transportasi, memiliki karakteristik dan keunggulan khusus terutama dalam kemampuannya untuk mengangkut, baik orang maupun barang secara massal, menghemat energi, menghemat penggunaan ruang, mempunyai faktor keamanan yang tinggi, memiliki tingkat pencemaran yang rendah, serta lebih efisien dibandingkan dengan moda transportasi jalan untuk angkutan jarak jauh dan untuk daerah yang padat lalu lintasnya, seperti angkutan perkotaan (Undang-Undang No.23 Tahun 2007).

2.2 Angkutan Kereta Api

Angkutan kereta api adalah kegiatan pemindahan orang dan/barang dari suatu tempat ke tempat lain dengan menggunakan kereta api. (Undang-undang Republik Indonesia No.23 Tahun 2007).

Kereta api adalah sarana perkertaapian dengan tenaga gerak, baik berjalan sendiri maupun dirangkaikan dengan sarana perkeretaapian lainnya, yang akan ataupun sedang bergerak dijalan rel yang terkait dengan perjalanan kereta api. Pada dasarnya kereta api adalah suatu moda angkutan darat yang terdiri dari dua bagian penggerak yang disebut lokomotif dan unit pembangkit atau gerbong (Undang-undang Republik Indonesia No.23 Tahun 2007).

2.3 Fasilitas Stasiun

Menurut Peraturan Menteri Perhubungan No.33 Tahun 2011 Pasal 1, fasilitas pengoperasian kereta api adalah segala fasilitas yang diperlukan agar kereta api dapat dioperasikan, sedangkan fasilitas penunjang adalah segala sesuatu yang melengkapi penyelenggaraan angkutan kereta api, yang dapat memberikan kemudahan, kenyamanan dan keselamatan bagi pengguna jasa kereta api yang ada di stasiun.

Dalam Peraturan Menteri Perhubungan No.33 Tahun 2011 Pasal 3 ayat (1) huruf a, stasiun penumpang paling sedikit dilengkapi dengan fasilitas :

1. Keselamatan,
2. Keamanan,
3. Kenyamanan,

4. Naik turun penumpang,
5. Penyandang cacat,
6. Kesehatan,
7. Fasilitas umum,
8. Fasilitas pembuangan sampah,
9. Fasilitas informasi.

Dalam Peraturan Menteri Perhubungan No.33 Tahun 2011 pasal 3 ayat (1) huruf b, stasiun barang paling sedikit dilengkapi dengan fasilitas :

1. Keselamatan,
2. Keamanan,
3. Bongkar muat,
4. Fasilitas umum,
5. Pembuangan sampah.

2.4 Kepuasan Penumpang atau Pelanggan

Irawan (2003) mengemukakan pendapat bahwa terdapat lima komponen yang dapat mendorong kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Kualitas produk

Kualitas produk menyangkut lima elemen, yaitu kinerja, kehandalan, kesesuaian, daya tahan, dan konsistensi. Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan

Pelanggan merasa puas apabila pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan. Dimensi kualitas pelayanan menurut konsep SERVQUAL meliputi nyata, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Dalam banyak hal, kualitas pelayanan mempunyai daya diferensiasi yang lebih kuat dibandingkan dengan kualitas produk.

3. Faktor emosional

Kepuasan pelanggan yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan pelanggan didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.

4. Harga

Komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan yang relatif besar. Harga yang murah akan memberikan kepuasan bagi pelanggan yang sensitif terhadap harga karena mereka akan mendapat nilai uang yang tinggi.

5. Kemudahan

Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Memuaskan konsumen merupakan keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelancaran berjalannya perusahaan, memuaskan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, cenderung untuk membeli

kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

2.5 Pengukuran Kepuasan Penumpang atau Pelanggan

Ada beberapa metode yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan dan pelanggan pesaing. Tjiptono dan Chandra (2005) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan pelanggan. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang diisi langsung maupun yang dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, *website* dan yang lain-lain.

2. *Ghost Shopping* (Pembeli Bayangan)

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah mempekerjakan beberapa orang *ghost shopper* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan pesaing. Mereka diminta

berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan.

3. *Lost Customer Analysis* (Analisis Pelanggan yang Beralih)

Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, *email*, *website*, maupun wawancara langsung.

2.6 Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman, dkk (1998) mengemukakan pendapat bahwa ada 5 dimensi yang menentukan kualitas pelayanan. Dimensi-dimensi tersebut dikenal sebagai SERVQUAL. Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut yaitu :

1. *Tangibles* (Nyata)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasaran fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. *Reliability* (Kehandalan)

Adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan penumpang yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua penumpang tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. *Responsiveness* (Daya tanggap)

Adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada penumpang, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan penumpang menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4. *Assurance* (Jaminan)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para penumpang kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

5. *Empathy* (Empati)

Adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para penumpang dengan berupaya memahami keinginan penumpang. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang penumpang, memahami kebutuhan penumpang secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi penumpang.