

## **BAB II**

### **DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

#### **A. Sejarah dan Latar Belakang Berdirinya PT Kereta Api Indonesia (Persero)**

Kehadiran kereta api di Indonesia ditandai dengan pencangkulan pertama pembangunan jalan KA di desa Kemijen, Jum'at tanggal 17 Juni 1864 oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda, Mr. L.A.J Baron Sloet van den Beele. Pembangunan diprakarsai oleh "Naamlooze Venootschap Nederlandsch Indische Spoorweg Maatschappij" (NV. NISM) yang dipimpin oleh Ir. J.P de Bordes dari Kemijen menuju desa Tanggung (26 Km) dengan lebar sepur 1435 mm. Ruas jalan ini dibuka untuk angkutan umum pada hari Sabtu, 10 Agustus 1867.

Keberhasilan swasta, NV. NISM membangun jalan KA antara Kemijen - Tanggung, yang kemudian pada tanggal 10 Februari 1870 dapat menghubungkan kota Semarang - Surakarta (110 Km), akhirnya mendorong minat investor untuk membangun jalan KA di daerah lainnya. Tidak mengherankan, kalau pertumbuhan panjang jalan rel antara 1864 - 1900 tumbuh dengan pesat. Kalau tahun 1867 baru 25 Km, tahun 1870 menjadi 110 Km, tahun 1880 mencapai 405 Km, tahun 1890 menjadi 1.427 Km dan pada tahun 1900 menjadi 3.338 Km.

Selain di Jawa, pembangunan jalan KA juga dilakukan di Aceh (1874), Sumatera Utara (1886), Sumatera Barat (1891), Sumatera Selatan (1914), bahkan tahun 1922 di Sulawesi juga telah dibangun jalan KA sepanjang 47 Km antara

Makasar--Takalar, yang pengoperasiannya dilakukan tanggal 1 Juli 1923, sisanya Ujungpandang - Maros belum sempat diselesaikan. Sedangkan di Kalimantan, meskipun belum sempat dibangun, studi jalan KA Pontianak - Sambas (220 Km) sudah diselesaikan. Demikian juga di pulau Bali dan Lombok, pernah dilakukan studi pembangunan jalan KA.

Sampai dengan tahun 1939, panjang jalan KA di Indonesia mencapai 6.811 Km. Tetapi, pada tahun 1950 panjangnya berkurang menjadi 5.910 km, kurang lebih 901 Km raib, yang diperkirakan karena dibongkar semasa pendudukan Jepang dan diangkut ke Burma untuk pembangunan jalan KA di sana.

Jenis jalan rel KA di Indonesia semula dibedakan dengan lebar sepur 1.067 mm; 750 mm (di Aceh) dan 600 mm di beberapa lintas cabang dan tram kota. Jalan rel yang dibongkar semasa pendudukan Jepang (1942 - 1943) sepanjang 473 Km, sedangkan jalan KA yang dibangun semasa pendudukan Jepang adalah 83 km antara Bayah - Cikara dan 220 Km antara Muaro - Pekanbaru. Ironisnya, dengan teknologi yang seadanya, jalan KA Muaro - Pekanbaru diprogramkan selesai pembangunannya selama 15 bulan yang mempekerjakan 27.500 orang, 25.000 diantaranya adalah Romusha. Jalan yang melintasi rawa-rawa, perbukitan, serta sungai yang deras arusnya ini, banyak menelan korban yang makamnya bertebaran sepanjang Muaro- Pekanbaru.

Gambar 2. 1

Monumen Hari Kereta Api 28 September 1945 dan Lokomotif Uap D 52099



Sumber: Data Dokumen PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Setelah kemerdekaan Indonesia diproklamisirkan pada tanggal 17 Agustus 1945, karyawan KA yang tergabung dalam “Angkatan Moeda Kereta Api” (AMKA) mengambil alih kekuasaan perkeretaapian dari pihak Jepang. Peristiwa bersejarah tersebut terjadi pada tanggal 28 September 1945. Pembacaan pernyataan sikap oleh Ismangil dan sejumlah anggota AMKA lainnya, menegaskan bahwa mulai tanggal 28 September 1945 kekuasaan perkeretaapian berada di tangan bangsa Indonesia. Orang Jepang tidak diperbolehkan campur tangan lagi urusan perkeretaapi-an di Indonesia. Inilah yang melandasi ditetapkannya 28 September 1945 sebagai Hari Kereta Api di Indonesia, serta dibentuknya “Djawatan Kereta Api Republik Indonesia” (DKARI).

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) bergerak di bidang layanan jasa angkutan dan transportasi. Dalam menjalankan fungsinya sebagai perusahaan

yang bergerak di bidang layanan jasa, PT Kereta Api Indonesia menyampaikan informasi kepada masyarakat dan memenuhi permintaan konsumen atau pelanggannya untuk menginformasikan produknya yang bergerak di bidang layanan jasa angkutan dan transportasi. Apabila diperlukan, PT Kereta Api Indonesia (Persero) juga membantu para konsumen atau pelanggannya untuk menangani kegiatan-kegiatan yang bersifat *special occasion*. Diharapkan PT Kereta Api Indonesia (Persero) dapat menjadi perusahaan yang bergerak di bidang layanan jasa angkutan dan transportasi utama pilihan masyarakat secara umum baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang.

Lokasi Kantor Pusat PT Kereta Api Indonesia (Persero) terletak tidak jauh dari pusat kota, tepatnya di Jalan Perintis Kemerdekaan No. 1, Bandung - 40117. Telepon (022) 4230031, Fax (022) 4203342.

## **B. Visi dan Misi**

Dengan slogannya “Anda adalah Prioritas Kami”, dalam konteks internal, PT Kereta Api Indonesia (Persero) dikelola dengan budaya perusahaan yang mengutamakan integritas, profesional, keselamatan, inovasi, dan pelayanan prima dengan selalu memperluas wawasan Sumber Daya Manusia (SDM) yang bekerja di dalamnya yang berfungsi sebagai kawan berproses masyarakat umum, serta meningkatkan ketrampilan masing-masing SDM dan selalu inovatif dalam mengelola sebuah perusahaan yang bergerak di bidang layanan jasa angkutan dan transportasi umum. Hal tersebut disebabkan karena keberhasilan suatu usaha

bukan dilihat dari siapa pemiliknya melainkan dari siapa yang bekerja di dalamnya. Jadi, SDM yang ada harus mendukung perusahaan dalam hal kinerja dan pelayanan yang prima agar terbentuk citra positif dibenak masyarakat umum karena mereka yang bertemu langsung dan bertatap muka dengan para konsumen atau pelanggannya.

Sedangkan dalam konteks eksternal, PT Kereta Api (Persero) aktif menjalin hubungan dengan media eksternal dalam konteks saling menguntungkan dan selalu menyuarakan keberadaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) baik dalam skala lokal, nasional maupun global.

#### 1. VISI

Menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan *stakeholders*.

#### 2. MISI

Menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis usaha penunjangnya, melalui praktek bisnis dan model organisasi terbaik untuk memberikan nilai tambah yang tinggi bagi *stakeholders* dan kelestarian lingkungan berdasarkan 4 pilar utama: keselamatan, ketepatan waktu, pelayanan dan kenyamanan.

Target market PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah masyarakat secara umum.

### C. Nilai-nilai Dasar

Sebuah nilai adalah sebuah konsepsi, eksplisit atau implisit yang menjadi milik khusus seorang atau ciri khusus suatu kesatuan sosial (masyarakat) menyangkut sesuatu yang diinginkan bersama (karena berharga) yang mempengaruhi pemilihan sebagai cara, alat dan tujuan sebuah tindakan.

Nilai-nilai dasar yang universal adalah masalah hidup yang menentukan orientasi nilai budaya suatu masyarakat, yang terdiri dari hakekat hidup, hakekat kerja, hakekat kehidupan manusia dalam ruang waktu, hakekat hubungan manusia dengan alam, dan hakekat hubungan manusia dengan manusia.

Nilai-nilai dasar yang dimiliki PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah sebagai berikut:

a. Berorientasi Pada Kepuasan Pelanggan

Berorientasi pada penyediaan layanan dan produk berkualitas sesuai dengan kebutuhan pelanggan, fleksibilitas.

b. Peduli Terhadap Sesama

Menghargai manusia, tanggung jawab sosial, dan *cross culture*.

c. Berprestasi

Berorientasi pada kinerja terbaik dan pengembangan diri menggunakan sumber daya secara optimal, efisien, efektif, dan sinergi (*teamwork*).

d. Berintegritas

Jujur, berwatak baik, loyal, dan bertanggung jawab, transparan dan memiliki etika bersih.

## **D. Budaya Organisasi**

### **1. INTEGRITAS**

Insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) bertindak konsisten sesuai dengan nilai-nilai kebijakan organisasi dan kode etik perusahaan. Memiliki pemahaman dan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan kebijakan dan etika tersebut dan bertindak secara konsisten walaupun sulit untuk melakukannya.

### **2. PROFESIONAL**

Insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki kemampuan dan penguasaan dalam bidang pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan, mampu menguasai untuk menggunakan, mengembangkan, membagikan pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan kepada orang lain.

### **3. KESELAMATAN**

Insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki sifat tanpa kompromi dan konsisten dalam menjalankan atau menciptakan sistem atau proses kerja yang mempunyai potensi resiko yang rendah terhadap terjadinya kecelakaan dan menjaga aset perusahaan dari kemungkinan terjadinya kerugian.

### **4. INOVASI**

Insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) selalu menumbuh-kembangkan gagasan baru, melakukan tindakan perbaikan yang berkelanjutan dan

menciptakan lingkungan kondusif untuk berkreasi sehingga memberikan nilai tambah bagi *stakeholder*.

#### 5. PELAYANAN PRIMA

Insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) akan memberikan pelayanan yang terbaik yang sesuai dengan standar mutu yang memuaskan dan sesuai harapan atau melebihi harapan pelanggan dengan memenuhi 6 A unsur pokok, yaitu *Ability* (Kemampuan), *Attitude* (Sikap), *Appearance* (Penampilan), *Attention* (Perhatian), *Action* (Tindakan), dan *Accountability* (Tanggung jawab).

#### E. Logo Baru PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Gambar 2. 2

Logo Baru PT Kereta Api Indonesia (Persero)



Sumber: Data Dokumen PT Kereta Api Indonesia (Persero)

1. 3 Garis melengkung melambangkan gerakan yang dinamis PT KAI dalam mencapai Visi dan Misinya.



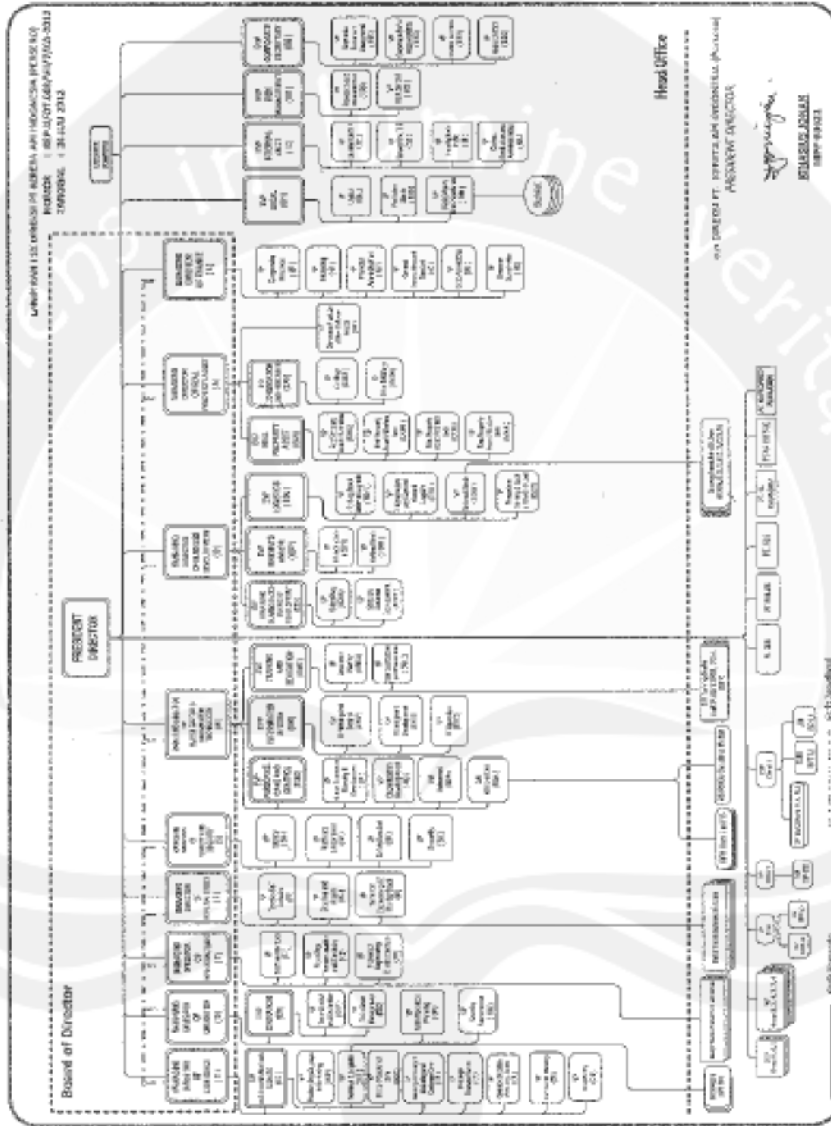
2. 2 Garis warna *orange* melambangkan proses Pelayanan Prima (Kepuasan Pelanggan) yang ditujukan kepada pelanggan internal dan eksternal.
3. Gambar anak panah berwarna putih melambangkan Nilai Integritas, yang harus dimiliki insan PT KAI dalam mewujudkan Pelayanan Prima.
4. 1 Garis lengkung berwarna biru melambangkan semangat Inovasi yang harus dilakukan dalam memberikan nilai tambah ke *stakeholders*. (Inovasi dilakukan dengan semangat sinergi di semua bidang dan dimulai dari hal yang paling kecil sehingga dapat melesat).

#### **F. Struktur Organisasi**

Seperti pada umumnya di perusahaan lainnya, PT Kereta Api Indonesia (Persero) pasti juga memiliki struktur manajemen organisasi yang melaksanakan fungsi institusi dan bidang kerja perusahaan. Berikut ini merupakan struktur organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero):

Bagan 2.1

Bagan Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero)



Sumber: Data Dokumen PT Kereta Api Indonesia (Persero)

### **G. Spesifikasi PT Kereta Api Indonesia (Persero)**

Nama Perusahaan: PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Tanggal Berdiri : 17 Juni 1864

Direktur Utama : Ignasius Johan

Alamat : Jalan Perintis Kemerdekaan No. 1 Bandung 40117

Telp : (022) 4230031, 4230039, 4230054

Teleks : 28263, 28358

Fax : (022) 4203342, Toka 10039

Kotak Pos : PO Box 1163 Bandung 40000

Website : [www.kereta-api.co.id](http://www.kereta-api.co.id)

Email : [kontak\\_pelanggan@kereta-api.co.id](mailto:kontak_pelanggan@kereta-api.co.id)

Slogan : “Anda adalah Prioritas Kami”

Gambar 2. 3

Kantor Pusat PT Kereta Api Indonesia (Persero)



Sumber: Data Dokumen PT Kereta Api Indonesia (Persero)

## H. Program PT Kereta Api Indonesia (Persero) Untuk Membangun Citra

PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi terbesar di Indonesia, yang mengutamakan profesionalisme dan kinerja. PT Kereta Api Indonesia (Persero) terus melakukan transformasi baik dari sisi internal maupun eksternal. Investasi untuk modernisasi sarana, prasarana dan peningkatan sistem keselamatan dan pelayanan, merupakan komitmen PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam *branding image* yang dikembangkan dari konsep layanan yang berbasis *customer oriented*.

Program PT KAI untuk membangun citra yaitu inovasi pelayanan berbasis pelayanan dengan *customer oriented*, seperti kemudahan pembelian tiket (melalui *Contact Center 121*, Agen Resmi, Kantor Pos, Indomaret dan Alfamart, *Railbox*, *Fastpay*, Internet, *Tap Izy*, dan *Citos Connection*). Selain itu, peningkatan ketertiban, kebersihan, dan kenyamanan di stasiun dan atas KA dengan diterapkannya sistem *boarding*, yaitu satu tiket untuk satu penumpang. Adanya penetapan *smoking area*, larangan pedagang asongan masuk stasiun dan kereta api. Adanya program standarisasi stasiun yang dilakukan dalam hal keseragaman cat. Peningkatan fasilitas juga dilakukan untuk penumpang di stasiun, seperti toilet gratis, fasilitas gratis *charge handphone*, dan ruang ibu menyusui. Bagian terpenting adalah program *training* bagi para *customer service* dan petugas ujung tombak lainnya agar dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para pelanggan.

## **I. Sekilas tentang Visi, Misi, Budaya, dan Logo Lama PT Kereta Api Indonesia (Persero)**

### 1. Visi

Menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang memenuhi harapan *stakeholders*.

### 2. Misi

Menyelenggarakan prasarana dan sarana perkeretaapian berikut bisnis penunjang, melalui praktek bisnis terbaik untuk memberikan nilai tambahan yang tinggi bagi *stakeholders* dan kelestarian lingkungan.

Tujuan perusahaan adalah untuk turut serta melaksanakan dan menunjang kebijaksanaan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional khususnya di bidang transportasi, dengan menyediakan barang dan jasa bermutu tinggi dan berdaya saing kuat di pasar dalam negeri ataupun internasional di bidang perkeretaapian yang meliputi usaha pengangkutan orang dan barang dengan kereta api, kegiatan perawatan prasarana perkeretaapian, perusahaan prasarana perkeretaapian, perusahaan usaha penunjang prasarana dan saran kereta api dan kemanfaatan umum dengan menetapkan prinsip-prinsip perseroan terbatas.

### 3. Budaya PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Budaya perusahaan merupakan pola sikap, keyakinan asumsi dan harapan yang dimiliki bersama dan dipegang secara mendalam untuk membentuk cara bagaimana karyawan dan karyawan bertindak dan berinteraksi agar sasaran perusahaan tercapai, budaya perusahaan yaitu RELA. RELA berarti ikhlas bekerja, berjuang, berkorban dan ikhlas belajar untuk kemajuan perusahaan.

#### a. R = Ramah

Senantiasa memelihara suasana/menunjukkan sikap ramah tamah dalam melayani semua pelanggan dan dalam bekerja sama dengan mitra kerja eksternal maupun internal.

#### b. E = Efisien

Senantiasa mengupayakan dan meningkatkan efektivitas dan efisien kerja dan usaha serta kemampuan mendayagunakan biaya, waktu dan ataupun berbagai sumber daya lain secara tepat guna dan hemat dengan menjamin mutu hasil kerja yang lebih baik.

#### c. L = Lancar

Senantiasa memelihara dan menjamin kelancaran pelayanan bagi semua pelanggan, ekstern maupun intern, berikut pelaksanaan pekerjaan pendukungnya, untuk dapat memberikan pelayanan yang tepat waktu.

d. A = Aman

Senantiasa memelihara dan berupaya meningkatkan jaminan keamanan dan keselamatan pengguna jasa dan atau barang bawaan ataupun kiriman serta awak dan pekerja berikut aset yang diopersikannya dan juga lingkungan sekitarnya.

Budaya perusahaan juga dipandang sebagai komponen kunci keberhasilan dari pencapaian misi, arah usaha, strategi efektivitas perusahaan.

Pengembangan perusahaan diarahkan untuk meningkatkan kinerja finansial masing-masing bagian dengan menekankan pada usaha inti (*core bussiness*), yaitu jasa angkutan penumpang dan barang, usaha yang dilakukan untuk menjadikan kereta api sebagai pilihan utama jasa transportasi dengan cara meningkatkan efektivitas dan efisien perusahaan serta investasi yang selektif untuk mencapai tingkat keselamatan, pelayanan, dan keuangan perusahaan.

Sesuai dengan tujuan PT Kereta Api Indonesia (Persero) terus menerus berupaya secara bertahap meningkatkan kinerja pelayanan dan keuangannya yang akan dicapai dengan berbagi startegi pertumbuhan, antara lain peningkatan produktivitas, efektivitas, dan efisien serta investasi yang selektif.

#### 4. Logo dan Arti Lambang PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

- a. Adapun logo PT. Kereta Api Indonesia (Persero), yakni sebagai berikut:

Gambar 2. 4

Logo Lama PT Kereta Api Indonesia (Persero)



Sumber: Data Dokumen PT Kereta Api Indonesia (Persero)

#### b. Arti Lambang Perusahaan

##### 1. Makna Karakter Logo

Gambar lambang menyiratkan sifat tegas, pasti, tajam, gerak horizontal, juga bolak-balik. Dua garis lurus dengan lengkung meruncing, dengan arah berlawanan, selain menggambarkan arah bolak-balik perjalanan kereta api, juga melambangkan interaksi pelayanan (memberi dan menerima).

##### 2. Gaya Gambar

Lugas, langsung, tajam, teknis, selaras dengan staf teknis kereta api. Ujung garis tajam tetapi melengkung untuk menyiratkan arah/kecepatan (aerodinamis), tetapi cenderung tumpul, agak



melengkung, tidak terlampau tajam, agar memberi kesan aman (sesuatu bentuk yang terlampau runcing memberikan kesan ancaman, rasa sakit, dan agresivitas, asosiatif kepada senjata tajam, duri, dan sebagainya).

### 3. Sifat Gambar

Sifat gambar lebih lugas, obyektif, rasional, karena bentuk geometrisnya yang dominan yang lebih bersifat maskulin kesan sangat modern, teknis, jelas terlihat.

Jika dibandingkan dengan logo yang baru saat ini, logo baru terlihat lebih *mobile* dibandingkan dengan logo lama yang cenderung kokoh dan stabil. Sama dengan logo lama, bentuk logo baru yang miring memperlihatkan adanya progresivitas.

*Wordmark* baru “Kereta Api” lebih jelas menggambarkan identitas perusahaan, menggantikan *wordmark* lama “Keretapi” yang tidak jelas maknanya. Dalam kasus PT KAI, perubahan logo dilakukan untuk menandai perubahan layanan Kereta Api menjadi lebih baik. Perubahan logo dilakukan oleh PT KAI bukan hanya sekedar penggantian logo, namun yang lebih utama adalah perubahan nilai dan perilaku insan PT KAI dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat. Logo baru diharapkan dapat menumbuhkan hubungan emosional yang mendalam antara brand dan

konsumen, sehingga tercipta hubungan timbal balik antara penyedia jasa dan pengguna jasa kereta api.

Dari perbedaan makna dalam logo PT KAI yang lama dan yang baru, terlihat bahwa PT KAI menunjukkan bahwa PT KAI ingin bertransformasi menjadi perusahaan yang mandiri. PT KAI akan bergerak lebih dinamis. Berbeda dengan makna pada logo yang lama, yang menunjukkan kesan teknis. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan logo PT KAI memberikan efek yang positif, di mana PT KAI memberikan citra yang lebih segar. Biasanya, audiens menyukai beberapa modifikasi pada identitas *brand* perusahaan.

Pada intinya, yang terpenting adalah tugas berat menanti PT KAI. Pelayanan yang dianggap masih kurang, menjadi pekerjaan rumah PT KAI yang menuntut penyelesaian. Dengan perubahan logo, PT KAI memberikan harapan yang optimis pada pelanggannya. PT KAI menunjukkan perubahan citra. Perubahan logo membantu PT KAI dalam merubah persepsi pelanggannya saat ini. Perubahan logo seiring dengan perubahan identitas perusahaan dengan tujuan menunjukkan transformasi yang dilakukan oleh PT KAI merupakan sebuah langkah yang memang diperlukan.