

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi memainkan peran penting dalam menggerakkan orang dan mengangkut produk dari satu lokasi ke lokasi lain, baik perjalanan domestik maupun internasional. Selain itu, transportasi bisa sangat rawan ketika tujuan awal ke tujuan akhir terpisahkan oleh bentuk muka bumi yang beragam sehingga sulit dijangkau. Perekonomian suatu negara memperoleh sejumlah manfaat besar yang tak tertandingi dari industri perkeretaapian. Stasiun dan transportasi darat meningkatkan kualitas hidup dan membantu meningkatkan taraf hidup. Kontribusi terpenting dari industri transportasi darat adalah dampaknya terhadap pertumbuhan bisnis di ekonomi nasional (Chen et al., 2015).

Transportasi pada dasarnya merupakan aktivitas yang tidak berkelanjutan (Buchanan et al., 1997). Pertama karena infrastruktur untuk operasi transportasi seperti jalan dan kereta api menggunakan sumber daya yang tak terbarukan. Kedua karena proses transportasi bertanggung jawab atas polusi yang hebat, merusak sumber daya yang tak tergantikan dan juga menyebabkan perubahan lingkungan jangka panjang. Dipercaya bahwa keberlanjutan transportasi jauh dari pencapaian, terutama di negara-negara berkembang (Mao dan Chen, 2001). Transportasi sejak awal dari sejarah manusia, menjadi mesin pertumbuhan dan tanpa transportasi tidak akan ada perdagangan dan tidak ada kota (Greene dan Wegner, 1997). Federici et al (2003)

membandingkan keberlanjutan transportasi kereta api dan jalan raya, karena fungsinya sampai pada tingkat tertentu yang dapat dipertukarkan dalam pengangkutan orang dan barang. Sedangkan Gercek dan Tekin (1996) menunjukkan bahwa sistem transportasi kereta api memiliki karakteristik yang lebih baik pada konsumsi energi dan emisi polusi dibandingkan dengan transportasi darat lainnya. Walaupun perbandingannya tidak sesederhana kelihatannya adalah persepsi umum bahwa transportasi kereta api lebih berkelanjutan daripada transportasi jalan (Greene dan Wegner, 1997).

Penggunaan alat transportasi kereta api di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, terlihat dari PT Kereta Api Indonesia yang menawarkan rute perjalanan baru yang memudahkan penumpang untuk menggunakannya. Hal tersebut dapat dilihat dari data Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2016, bahwa jumlah penumpang yang datang selama bulan Januari-Desember 2016 sebanyak 351.820 penumpang yang terdiri dari 345.839 penumpang di pulau Jawa dan 5.981 penumpang di pulau Sumatera. Dibandingkan dengan tahun 2015 penumpang di pulau Jawa mengalami kenaikan 7,8 persen dan penumpang di pulau Sumatera mengalami kenaikan 12,3 persen. Penggunaan alat transportasi udara di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya (Badan Pusat Statistik, 2016).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.23 tahun 2007 tentang perkeretaapian pasal 1 ayat (1), Perkeretaapian adalah satu kesatuan sistem yang terdiri atas prasarana, sarana, dan sumber daya manusia, serta norma, kriteria, persyaratan, dan prosedur untuk penyelenggaraan transportasi kereta api. Hal tersebut menunjukkan bahwa perkeretaapian merupakan bagian dari sistem transportasi darat yang mempunyai karakteristik mampu bergerak dalam waktu cepat, menggunakan teknologi tinggi, padat modal, manajemen yang andal, serta memerlukan jaminan keselamatan dan keamanan yang optimal, perlu dikembangkan potensi dan peranannya yang efektif dan efisien.

Melihat persepsi pelanggan di industri perkeretaapian memberikan keunggulan yang kompetitif bagi stasiun untuk meningkatkan inovasi layanan. Penyedia angkutan umum perlu melakukan penyempurnaan inovasi terhadap layanan yang mereka tawarkan, dengan menciptakan nilai kepada pelanggan mereka (Petros et al., 2015). Inovasi layanan tidak melibatkan hanya layanan baru tetapi juga teknologi baru, jaringan baru, atau prosedur baru. Inovasi ini bisa bersifat radikal atau incremental (Dewar dan Dutton, 1986). Layanan pelanggan yang lebih baik meningkatkan nilai bagi pelanggan (Johansson et al., 1993), dan layanan yang lebih baik juga menarik lebih banyak pelanggan baru dengan demikian meningkatkan keuntungan dan pendapatan (Ramsey dan Sohi, 1997). Zeithaml (1988) menyatakan bahwa teori model akhir (*means-end*) dan perpaduan bukti untuk menguji persepsi konsumen mengenai kualitas harga dengan apa yang didapatkan konsumen.

Menurut definisi yang diberikan oleh Van Der Haart et al (2001) konsep nilai pelanggan di nilai dari produk atau layanan, yang ditawarkan kepada pelanggan saat mempertimbangkan layanan berwujud (*tangible*) dan tidak berwujud (*intangible*). Nilai pelanggan sebagai alat strategis yang penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan (Lee dan Overby, 2004; Sánchez dan Iniesta, 2006; Wang et al., 2004) dan sebagai indikator niat menggunakan kembali (Parasuraman dan Grewal, 2000). Pelanggan setia dianggap sebagai jenis aset kompetitif untuk sebuah organisasi (Dekimpe et al., 1997). Nilai pelanggan dapat didefinisikan sebagai selisih antara jumlah gambaran pelanggan mengenai produk atau layanan dan biaya total yang harus mereka tanggung untuk menggunakan produk atau layanan tersebut (Kotler, 2000). Setiap manajemen stasiun kereta api memerlukan pemahaman tentang kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di stasiun, yang sesuai dengan apa yang diterima dan apa yang dikeluarkan oleh pelanggan (Rust dan Oliver, 1994).

Setiap perusahaan harus menggunakan sumber informasi tentang kepuasan pelanggan dan harus bekerja sama dengan pelanggannya untuk menerima persyaratan dihadapan mereka (Parobek et al., 2015). Kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan setelah menggunakan layanan (Yoon, 2010). Menurut penelitian sebelumnya, beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kecepatan, kemudahan penggunaan, keamanan, desain, kandungan informasi, dan layanan dukungan pelanggan harus disediakan (Yoon, 2010). Identifikasi kepuasan pelanggan merupakan cara penting untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, tanpa itu

kita tidak akan tahu apa yang benar-benar di inginkan pelanggan (Parobek et al., 2015). Terus meningkatkan kepuasan pelanggan menyebabkan peningkatan daya saing perusahaan dimana perusahaan meyakinkan posisi pasarnya, hal ini diperlukan untuk selalu mendeteksi kepuasan pelanggan dan kemudian mengambil langkah-langkah yang akan menyebabkan peningkatan kepuasan pelanggan dan menjaga loyalitas mereka (Parobek et al., 2015).

Penelitian mengenai dampak inovasi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan peningkatan nilai pelanggan di bandara pernah dilakukan oleh Chen et al., (2015). Penelitian Chen et al., (2015) menggunakan 300 sampel data dikumpulkan melalui survei online dan kuesioner dalam waktu dua bulan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa bahwa nilai pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan dan inovasi layanan.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini akan meneliti lebih lanjut untuk memperoleh bukti empiris apakah dengan teori yang sama namun dengan populasi, waktu, objek, dan tempat yang berbeda akan memberikan hasil yang sama. Sebagai acuan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh James K.C Chen, Amrita Batchuluun, Javkhuu Batnasan pada tahun 2015 di Taiwan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“DAMPAK INOVASI PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN PENINGKATAN NILAI PELANGGAN DI STASIUN KERETA API.”**

1.2 Perumusan Masalah

Pelayanan angkutan umum merupakan isu krusial di setiap negara terutama transportasi darat yang membutuhkan layanan yang mudah, cepat, nyaman, dan dapat diandalkan (Chen et al., 2015). Berdasarkan isu diatas, maka penelitian ini mencoba mengeksplorasi peran inovasi layanan dan menguji pengaruh hubungan antara kepuasan pelanggan dengan nilai pelanggan di stasiun.

Berdasarkan uraian di atas mengenai latar belakang yang telah dibahas dan dengan mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Chen et al., (2015) penelitian ini menjelaskan permasalahan-permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah aksesibilitas stasiun kereta api berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah pemeriksaan keamanan stasiun berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah fasilitas terminal stasiun berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh pada nilai pelanggan di stasiun?
5. Apakah inovasi pelayanan berdampak pada kepuasan pelanggan dan peningkatan nilai pelanggan di stasiun?

1.4 Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini untuk membuktikan nilai pelanggan di pengaruhi oleh kepuasan pelanggan dan inovasi layanan (Chen et al., 2015). Berdasarkan hal tersebut maka secara khusus tujuan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas menuju stasiun yang mudah didapatkan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pemeriksaan keamanan terhadap kepuasan pelanggan di stasiun.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terminal di stasiun terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh hubungan antara kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan di stasiun.
5. Untuk mengetahui dampak pelayanan inovasi terhadap kepuasan pelanggan dan peningkatan nilai pelanggan di stasiun.

1.5 Manfaat penelitian

1. Bagi penulis

Sebagai sebuah bentuk dari hasil konkrit atau nyata dari proses pembelajaran selama duduk di bangku perguruan tinggi Universitas Islam Indonesia (UII) dalam bidang manajemen operasional, khususnya segala hal

yang berkaitan dengan penelitian yang akan saya lakukan yaitu tentang peran inovasi pelayanan sebagai mediator dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dan peningkatan nilai pelanggan di stasiun.

2. Bagi akademik

Dapat menambahkan referensi bagi mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi UII apabila ada mahasiswa yang tertarik untuk mengembangkan atau menjadikannya acuan dalam mengerjakan penelitiannya di waktu yang akan datang.

3. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan transportasi darat dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan dan nilai pelanggan melalui pengelolaan faktor-faktor inovasi pelayanan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan dalam pembahasan yang ditulis dalam proposal ini adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Pada bab ini berisi alasan dan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II: Kajian Pustaka

Pada bab ini menguraikan konsep dan teori yang relevan yang ada dengan permasalahan-permasalahan yang ada dalam penelitian dan bukti-bukti empiris yang kemudian dijadikan sebagai dasar perumusan hipotesis. Pada bagian ini juga dirumuskan bagaimana model penelitian yang akan diuji secara empiris sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

BAB III: Metode Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang model penelitian yang akan digunakan, teknik pengumpulan data, pengukuran uji validitas dan reliabilitas, operasionalisasi dan pengukuran variabel, dan alat analisis data yang akan digunakan dalam penelitian.

BAB IV: Analisis Data dan Pembahasan

Pada bab ini membahas mengenai hasil penelitian serta analisis data yang telah dihimpun melalui kuesioner. Pertama akan dibahas mengenai analisis karakteristik responden, analisis uji instrument, pengujian outer model dan inner model serta pembahasan.

BAB V: Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini akan disimpulkan mengenai hasil penelitian berdasarkan pengujian hipotesis yang didukung oleh data-data empiris, implikasi hasil penelitian, dan uraian saran untuk penelitian selanjutnya.