# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan di dunia bisnis meningkat dengan sangat pesat, terutama dalam sektor jasa, hal ini dapat dilihat dari kehidupan sehari-hari yang tidak lepas dari sektor jasa transportasi, telekomunikasi, jasa finansial, hiburan, kesehatan dan lain sebagainya. Perkembangan ini dikarenakan oleh meningkatnya permintaan akan sektor jasa, salah satu jasa yang mengalami peningkatan adalah jasa transportasi.

Transportasi merupakan sarana perkembangan yang sangat penting dan strategis dalam memperlancar roda perekonomian, memperkukuh persatuan dan kesatuan serta mempengaruhi semua aspek kehidupan. Dengan semakin meningkatnya akan kebutuhan jasa transportasi, maka semakin banyak perusahaan yang bergerak di bidang transportasi, sehingga akan meningkatkan pula persaingan di bidang transportasi, oleh karena itu setiap perusahaan yang bergerak di dalamnya harus mempunyai strategi yang efektif untuk memenangkan persaingan.

PT. Kereta Api (Persero) adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi kereta api di Indonesia, dengan sembilan daerah operasi dan satu sub divisi regional di pulau Jawa dan tiga sub divisi regional di pulau Sumatera PT. Kereta Api (Persero) mempunyai target pasar yang beragam dari semua kalangan, kalangan atas menengah dan sampai kalangan bawah yang tersebar di pulau Sumatera dan pulau Jawa.

Kereta api merupakan salah satu transportasi yang mempunyai peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, sebagai salah satu transportasi yang strategis,

penyelenggaran angkutan kereta api dilakukan oleh Badan Usaha Milik Negara dalam hal ini PT. Kereta Api (Persero) sebagai penyelenggara tunggal kereta api, dituntut untuk menyelenggarakan pengangkutan yang memperhatikan faktor kenyamanan, kemanan dan keselamatan penumpang, sesuai dengan visi perusahaan: Menjadi penyedia jasa perkereta apian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan *stakeholders.*

Namun pada pelaksanaanya masih banyak hal yang tidak sesuai dengan yang diharapkan, banyak hal yang tidak berada dalam kondisi ideal yang mempengaruhi pada pelayanan penumpang sehingga berimbas pula pada pendapatan yang menurun, hal inilah yang juga dialami oleh PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung.

Dihapuskannya kereta api Parahyangan pada tahun 2010 ini merupakan salah satu bukti kongkrit bahwa PT.Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung kurang mampu bersaing, terlebih paska dioprasikannya jalan tol Cipularang okupansi kereta api Parahyangan anjlok hingga titik terendah 30% ( *sumber : Divisi Sarpen Daerah Operasi 2 Bandung*).

Terlepas dari berbagai macam kendala yang dihadapi, PT. Kereta Api (Persero) juga telah melakukan berbagai upaya dalam rangka untuk meningkatkan kualitas pelayanan, diantaranya adalah pembenahan pada interior kereta api, penggantian bantalan rel kayu dengan bantalan beton, pembenahan fasilitas stasiun dan fasilitas informasi, pemberlakuan tarif promo dan lain sebagainya, namun pada pelaksanaanya data menunjukan kurangnya perubahan yang signifikan dari segi pendapatan seperti yang diharapkan.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Ada beberapa faktor permasalahan diantaranya adalah :

- Keterbatasan usia dan jumlah Lokomotif
- Keterbatasan Prasarana (rel kereta api)
- Tingkat keterlambatan
- Masih terjadinya angka kecelakaan
- Kebijakan pemerintah yang kurang berpihak pada trasportasi perkereta apian

Hal tersebut diatas adalah berbagai kendala yang mempengaruhi pada kualitas pelayanan yang berimbas pada penurunan pendapatan terutama yang dialami oleh PT. Kereta API (Persero) Derah Operasi 2 Bandung. Diperlukan adanya suatu program yang efektif sebagai penunjang atas pembenahan - pembenahan yang dilakukan oleh PT. Kereta Api (Persero).

## 1.3. Fokus Masalah

Permasalahan difokuskan pada bagaimana menerapkan perancangan promosi pada kelas Eksekutif dan Bisnis yang mencakup PT. Kereta Api (Persero) Daerah operasi 2 Bandung.

## 1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah :

- Sebagai program penunjang atas pembenahan – pembenahan yang telah dilakukan oleh PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung
- Upaya peningkatan pendapatan PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung
- Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan
- Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial

- Meningkatkan mutu promosi yang telah di lakukan sebelumnya
- Membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing.