BAB II

PT. KERETA API (Persero) DAERAH OPERASI 2 BANDUNG

2.1. Sejarah Umum PT. Kereta Api (Persero)

Dalam *Company Profile* PT. Kereta Api (Persero) diuraikan kehadiran kereta api di Indonesia ditandai dengan pencangkulan pertama pembangunan jalan KA di desa Kemijen 17 Juni 1864 oleh Gubernur Jendral Hindia Belanda, Mr. L. A. J. Baron Sloet van den Beele. Dari Kemijen menuju desa Tanggung (26 Km) dengan lebar sepur 1435 mm. Ruas jalan ini dibuka untuk angkutan umum pada 10 Agustus 1867. Sampai dengan tahun 1939, panjang jalan kereta api di Indosesia mencapai 6.811 km. tetapi, pada tahun 1950 panjangnya berkurang menjadi 5. 910 km, kurang lebih 901 km, yang diperkirakan karena dibongkar sesama penduduk Jepang dan diangkut ke Burma untuk pembangunan jalan kereta api di sana. Setelah kemerdekaan Indonesia diproklamirkan pada tanggal 17 Agustus 1945, karyawan kereta api yang tergabung dalam "Angkatan Moeda Kereta Api" (AMKA) mengambil alih kekuasaan perkeretaapian dari pihak Jepang. Peristiwa bersejarah yang 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 diperkenankan lagi campur tangan dengan urusan perkeretaapian di Indonesia. Inilah yang melandasi ditetapkannya 28 September 1945 sebagai hari Kereta Api di Indonesia, serta dibentuknya "Djawatan Kereta Api Republik Indonesia" (DKARI).

Meskipun DKARI telah terbentuk, namun tidak semua perusahaan kereta api telah menyatu. Sedikitnya ada 11 perusahaan kereta api swasta di Jawa dan 1 swasta (*Deli Spoorweg Maatschapii*) di Sumatra Utara yang masih terpisah dengan DKARI. Lima tahun

kemudian, berdasarkan Pengumuman Menteri Perhubungan, Tenaga dan Pekerjaan Umum No. 2 tanggal 6 Januari 1950, ditetapkan bahwa mulai 1 Januari 1950 DKARI dan "*Staat-Spoor Wegn en Verenigde Spoorweg Bedrijf* (SS/VS) digabung menjadi satu perusahaan kereta api bernama "Djawatan Kereta Api" (DKA).

Dalam rangka pembenahan badan usaha, pemerintahan mengeluarkan UU No. 19 tahun 1960, yang menetapkan bentuk usaha BUMN. Atas dasar UU ini dengan Peraturan Pemerintah No. 22 Tahun 1963, tanggal 25 Mei 1963 dibentuk "Perusahaan Negara Kereta Api" (PNKA), sehingga Djawatan Kereta Api dilebur kedalamnya.

Masih dalam rangka pembenahan BUMN, pemerintahan mengeluarkan UU No. 9 tahun 1969 tanggal 1 Agustus 1969, yang menetapkan jenis BUMN menjadi tiga Perseroan, Perusahaan Umum dan Perusahaan Jawatan. Sejalan dengan UU dimaksud, berdasarkan Pemerintah No. 61 tahun 1971 tanggal 15 September 1971, bentuk perusahaan PNKA mengalami perubahan menjadi "Perusahaan Jawatan Kereta Api" (PJKA).

Selanjutnya berdasarkan PP No. 57 tahun 1990, pada tanggal 2 Januari 1991, PJKA mengalami perubahan menjadi Perusahaan Umum Kereta Api disingkat Perumka.

Sejalan dengan maksud dari REP (*Railway Efficiency Project*), dengan PP No. 19 tahun 1998 tanggal 3 Februari 1998, pemerintah menetapkan pengalihan bentuk Perusahaan Umum (PERUM) Kereta Api menjadi perusahaan Perseroan (Persero). Prosesi perubahan status perusahaan dari Perum menjadi Persero secara "*de-facto*" dilakukan tanggal 1 Juni 1999, saat Menhub Giri S Hadiharjono mengukuhkan susunan direksi PT Kereta Api (Persero) di Bandung.

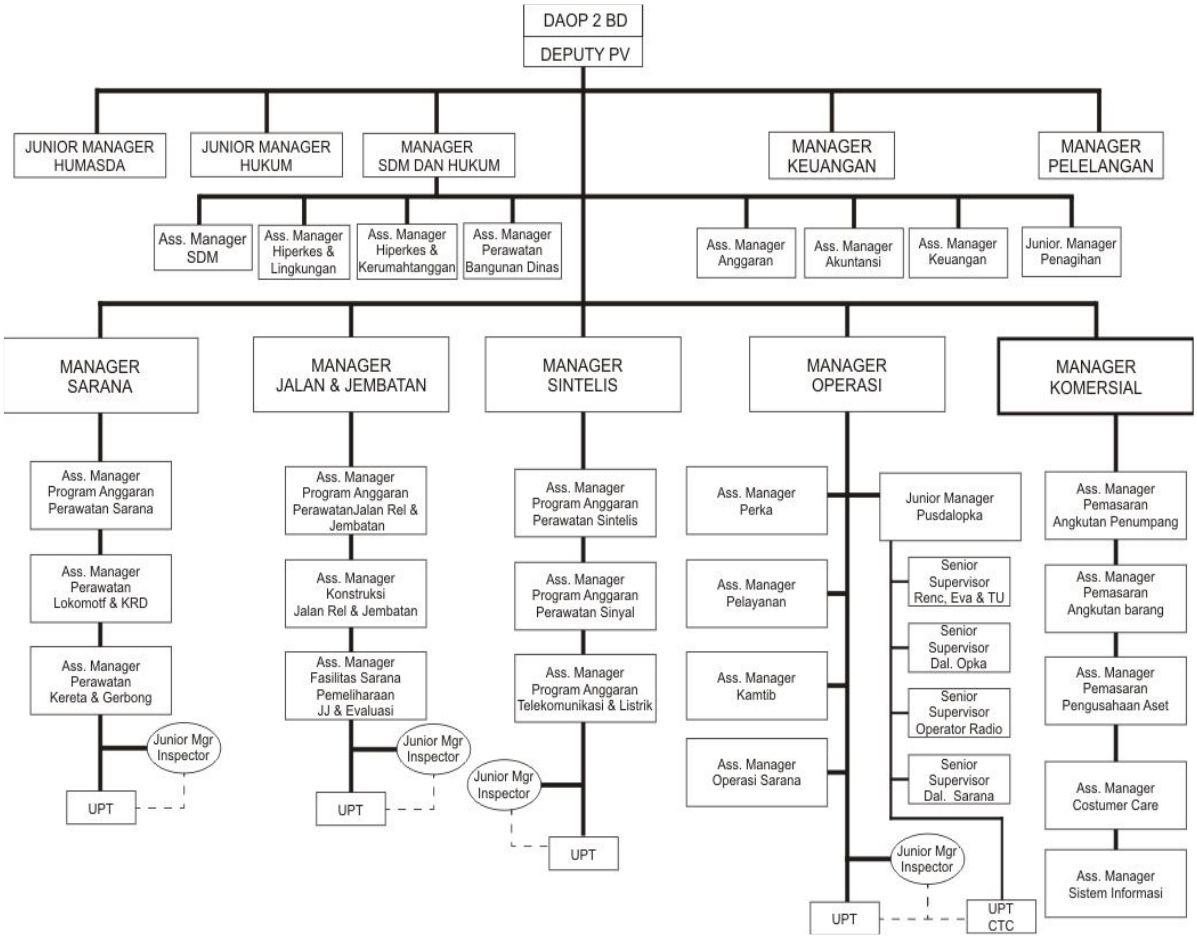
2.2. Profil Daerah Operasi 2 Bandung

Menurut wawancara dengan Hermanto (staf divisi Komersial PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung). Daerah Operasi 2 Bandung adalah salah satu daerah operasi PT. Kereta Api (Persero) dari sembilan daerah operasi yang ada di pulau Jawa, terletak di Jawa Barat dengan batas teritorial wilayah antara stasiun Cibungur (Kab. Cikampek), stasiun Cianjur, sampai stasiun Banjar di kota Banjar Jawa Barat.

Daerah operasi 2 Bandung memiliki 53 stasiun yang diklasifikasikan atas beberapa kelas stasiun yaitu stasiun kelas besar, stasiun kelas 1, stasiun kelas 2 dan stasiun kelas 3, penetapan kelas tersebut disesuaikan dengan potensi dari masing-masing stasiun, adapun perincian jumlah stasiun berdasarkan kelas yang dimiliki oleh Daerah Operasi 2 Bandung adalah sebagai berikut :

- Stasiun kelas Besar : 4 stasiun
- Stasiun kelas 1 : 7 stasiun
- Stasiun Kelas 1 (khusus angkutan barang) : 1 Stasiun
- Staiun kelas 2 : 5 stasiun
- Stasiun kelas 3 : 36 stasiun

2.2.1. Struktur Organisasi Daerah Operasi 2 Bandung



Tabel. 1 Struktur Organisasi DAOP 2 Bandung

Sumber: Dokumen PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung

Menurut SK Direksi PT. Kereta Api (Persero) No: KEP.U/OT.003/VI/4/KA-2009 Tanggal 5 Juni 2009, hal-hal yang berkaitan dengan pengelolaan jasa angkutan penumpang dan barang adalah merupakan tugas dari Manager Komersial yang

dalam hal ini dibantu oleh Asisten Manager Pemasaran angkutan penumpang untuk melakukan survey/riset pemasaran pengembangan produk/jasa termasuk pemaketan layanan, mengelola basis data pemasaran, membuat peramalan. Program penjualan dan evaluasinya, menjaga administrasi pentarifan, melakukan pemantauan pelayanan, melaksanakan strategi promosi dan komunikasi pemasaran.

2.2.2. Permasalahan yang Dihadapi

Sejatinya transportasi kereta api adalah transportasi paling efektif sebagai pemecah masalah kemacetan, polusi, kebisingan dan kecelakaan lalu lintas yang semakin hari semakin meningkat. Namun pada kenyataanya dilapangan kereta api belum mampu menjadi transportasi efektif seperti yang diharapkan masyarakat, terutama dalam masalah kenyamanan dan ketepatan waktu.

Melalui analisa yang dilakukan oleh penulis dengan cara mewawancarai sebanyak 30 orang yang dikategorikan pernah menggunakan kereta api yang dipilih secara acak, dari hasil wawancara tersebut diperoleh komentar yang cukup beragam. diperoleh hasil bahwasanya 23 dari 30 responden menyatakan ketidak puasanya mengenai ketepatan waktu sedangkan 7 responden menilai wajar, sementara kenyaman adalah hal yang dikeluhkan oleh sebanyak 19 responden sementara 11 responden menyatakan sudah cukup nyaman. Persepsi Kereta Api sebagi transportasi yang tidak tepat waktu merupakan tantangan tersendiri bagi PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan serta dalam mencapai target pendapatannya. Menurut data yang terdapat di www.kereta-api.co.id, rata-rata keterlambatan datang pada tahun 2009 adalah 5 menit, sedangkan keterlambatan berangkat adalah 35 menit.

Ada beberapa hal yang menjadi kendala penting yang dialami oleh PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung, diantaranya adalah :

a. Keterbatasan Lokomotif

Menurut Reglemen 19 Lokomotif adalah "*mesin penarik tidak untuk mengangkut penumpang dan barang".*

Jumlah lokomotif yang dimiliki DAOP 2 Bandung adalah sebanyak 26 lokomotif, itu pun yang masuk kategori siap operasi (SO) hanya berjumlah 22 lokomotif, sedangkan sisanya masuk dalam kategori tidak siap operasi (TSO) 2 lokomotif, dan tidak siap guna operasi (TSGO) berjumlah 2 lokomotif. Hal ini tentu saja tidak ideal karna tidak ada lokomotif cadangan untuk antisipasi kemogokan, dan tidak ada lokomotif langsir. Adapun usia lokomotif nya juga sudah sangat tua, tercatat lokomotif paling muda adalah keluaran tahun 2003, sedangkan lokomotif paling tua adalah keluaran tahun 1977, hal ini tentu saja tidak ideal karna sangat riskan akan terjadinya kemogokan pada mesin lokomotif.

b. Keterbatasan Kondisi Prasarana (Rel)

Daerah operasi 2 Bandung memang cukup berbeda dengan daerah operasi lainya, dimana di daerah operasi 2 Bandung ini dikenal cukup banyak kelokan, dataran tinggi, dan jalan rel yang mengitari pegunungan, menjadi salah satu tantangan tersendiri karna di tengah cuaca yang tidak menentu sering terjadi bahaya bencana alam seperti longsor, pohon tumbang, banjir dan lain sebagainya. Menurut Divisi Pusat Pengendalian Operasi Kereta Api (PUSDALOPKA) DAOP 2 Bandung sepanjang tahun 2009 sampai oktober 2009 telah terjadi sebanyak 11 kali longsoran yang diakibatkan oleh curah hujan yang tinggi. Pada proses penanggulangan longsoran tersebut biasanya akan di pasang

pembatas kecepatan pada kereta api sampai masa penanggulanganya selesai. Sehingga akan mempengaruhi terhadap keterlambatan suatu kereta api, keterlambatan suatu kereta api akan berimbas pada keterlambatan kereta api lainya karna mayoritas jalur di Daerah Operasi 2 Bandung ini menggunakan jalur tunggal.

Menurut Nota Dirtek No. 498/TJ/XI/2010 tanggal 12 november 2010 perihal penurunan kecepatan tetap pada GAPEKA. Ditetapkan penurunan pembatas kecepatan antara lain sebagai berikut :

- Purwakarta - Padalarang dari 55 km/jam menjadi 50 km/jam
- Padalarang -Bandung dari 85 km/jam menjadi 80 km/jam
- Bandung - Cicalengka dari 85 km/jam menjadi 70 km/jam
- Cicalengka – Nagreg dari 50 km/jam menjadi 45 km/jam
- Nagreg – Ciawi dari 50 km/jam menjadi 40 km/jam
- Ciawi – Manonjaya dari 80 km/jam menjadi 70 km/jam
- Manonjaya – Banjar dari 65 km/jam menjadi 60 km/jam

Penurunan pembatasan kecepatan tersebut menyebabkan bertambahnya waktu tempuh. Karena kereta api tidak diperbolehkan untuk melampaui batas kecepatan yang telah ditentukan.

c. Angka Kecelakaan

Dalam suatu perusahaan jasa transportasi idealnya angka kecelakaan adalah 0%, namun pada kenyataanya masih terjadi angka kecelakaan terutama yang terjadi di

wilayah daerah operasi 2 Bandung, menurut evaluasi Pusat Pengendalian Operasi Kereta Api (PUSDALOPKA) sepanjang tahun 2009 sampai oktober 2010 telah terjadi sebanyak 8 kali kereta anjlog yang mengakibatkan 1 orang tewas dan 6 luka berat. Hal ini tentu saja mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih transportasi pilihanya.

d. Persaingan

Dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan serta pencapaian target pendapatan PT. Kereta Api (Persero) juga harus mampu bersaing dengan perusahaan jasa transportasi lainya terutama bus dan travel, yang mampu memberikan pelayanan dan waktu tempuh yang lebih singkat, paska dioperasikanya jalan tol cipularang permintaan akan jasa travel meningkat hal ini dapat dilihat dari menjamurnya jasa travel terutama koridor Bandung – Jakarta, dan hal tersebut memberikan efek yang besar sekali terhadap kemerosotan jumlah penumpang kereta api Parahyangan, hingga pada pertengahan tahun 2010 kereta api Parahyangan dihapuskan karna tingkat okupansi yang tidak sesuai dengan biaya operasional. Berdasarkan data Dishub Bandung jumlah Travel Bandung-Jakarta ada 18 perusahaan dengan total 642 armada, sementara bus Bandung-Jakarta dengan lima trayek berjumlah 361 armada, menurut kepala Dinas Perhubungan Kota Bandung Timbul Butar Butar mengungkapkan *berdasarkan aturan kementrian perhubungan, jumlah Travel hanya 20 persen dari jumlah armada bus yang ada.* (dikutip dari detikbandung.com edisi 26/05/2010). Hal tersebut tentu saja sudah menyalahi aturan.

e. Kebijakan Pemerintah

Kondisi perkereta apian Indonesia yang seolah berjalan ditempat, memang tidak lepas dari kebijakan pemerintah yang kurang memihak pada transportasi angkutan masal seperti Kereta Api, sebagai contoh kasus pembangunan jalan tol Cipularang yang menghubungkan kota Jakarta ke Bandung. Sejak jalan tol tersebut beroperasi tingkat pendapatan PT Kereta Api (Persero) menurun, pendapatan Kereta Api Parahyangan jurusan Jakarta-Bandung menurun drastis. Negara donor yang sering diutangi pemerintah Indonesia seperti Jepang jelas senang dan bersedia membatu pembangunan jalan raya dan jalan bebas hambatan. Tujuannya agar produk mobil dan motornya terus meningkat penjualannya. Pengoperasian jalan tol Cipularang jelas surga bagi para pemilik kendaraan. Tetapi hal itu neraka bagi pengembangan transportasi kereta api dalam negeri. Ironisnya pemerintah seperti abai bahwa terjadi pemborosan tiada tara. Pasalnya setiap akhir pekan pintu tol Cikampek selalu macet yang berarti pemborosan. Padahal transportasi kereta api Parahyangan jelas lebih murah dan hemat.

Tak aneh minimnya perhatian pemerintah tersebut makin menyurutkan infrastruktur angkutan kereta api di tanah air. Sebut saja panjang rel KA pada 1939 tercatat mencapai 6811 km. Tetapi panjang rel itu susut menjadi 4030 km pada 2000 atau turun 41 persen selama lebih dari setengah abad. Begitu pula dengan sarana pendukungnya seperti jumlah stasiun pemberhentian KA. Pada tahun 1955 jumlah stasiun mencapai 1516 buah. Dalam kurun waktu yang hampir sama jumlah itu susut menjadi tinggal 571 stasiun atau turun 62 persen.

Menurut data Antara, jumlah lokomotif tahun 1939 sebanyak 1314 dan terus merosot jumlahnya menjadi 530 tahun 2000 atau turun 60 persen dalam 61 tahun. Sementara

peran kereta api dalam angkutan penumpang juga kian memudar. Pada tahun 1955 penduduk Jawa dan Madura sebanyak 54,5 juta. Kereta api waktu itu mengakut 137,5 juta atau 248 persen. Bandingkan dengan jumlah penduduk Jawa dan Madura tahun 2000 yang sebanyak 114,9 juta, kereta api hanya mengangkut 69,2 juta atau 60.

2.2.3. Penurunan Jumlah Pendapatan

Semua kendala dan permasalahan yang dipaparkan diatas adalah hal yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan penurunan pendapatan bagi PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung. Dihapuskanya kereta api Parahyangan berarti mengurangi jumlah angakutan, jumlah angkutan yang berkurang berimbas juga pada target pendapatan yang menurun.

Berikut adalah tabel perbandingan target penumpang kelas Bisnis dan Eksekutif, ketika kereta api Parhyangan masih ada pada tahun 2009, dengan target penumpang setelah kereta api parahyangan dihapuskan pada tahun 2010 :

Tahun	Target Jumlah Penumpang TRIWULAN I	Target Jumlah Penumpang TRIWULAN II	Target Jumlah Penumpang TRIWULAN III	Target Jumlah Penumpang TRIWULAN IV
2009	410.389	476.747	512.541	508,266
2010	226.305	232.417	259,729	235,329

Tabel. 2 Penurunan Target Pendapatan
Sumber data (SARPEN DAOP 2 Bandung)

Tabel diatas menunjukan bagaimana penghapusan kereta api Parahyangan berimbas cukup besar terhadap penurunan pendapatan yang dialami oleh PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung.

2.2.4. Analisis Permasalahan Melalui SWOT

Strenghts (Kekuatan)

- Kereta api adalah transportasi anti macet, karna memiliki jalan dan jalur tersendiri
- Kereta api adalah transportasi ramah lingkungan
- Keret api adalah transportasi hemat energi, karena berdaya angkut banyak.

Weakness (Kelemahan)

- Kereta api adalah transportasi yang kurang fleksibel :
  - tidak bisa menjangkau semua tempat yang detail
  - Tidak bisa berhenti di sembarang tempat
- Kereta api dimata masyarakat masih dianggap sebagai transportasi yang lamban dan kurang nyaman.

Opportunity (Peluang)

- Dengan semakin tingginya angka kemacetan, polusi udara, serta kecelakaan lalulintas,kereta api akan menjadi salah satu transportasi alternatif yang sangat ideal
- Dengan semakin gencarnya isu pengurangan subsidi BBM oleh pemerintah, transportasi masal seperti kereta api akan menjadi salah satu pilihan utama.

Threaths (Ancaman)

- Makin marak nya jasa travel yang memberikan harga relatif murah serta waktu tempuh yang lebih singkat.
- Semakin mudahnya masyarakat untuk memiliki kendaraan pribadi seperti mobil ataupun motor.

2.2.5. Pemecahan Masalah

. Terlepas dari segala kendala dan keterbatasan yang dialami, PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung juga senantiasa berupaya melakukan pembenahan dan perbaikan di berbagai hal diantaranya adalah :

- Peluncuran kereta api trayek baru Bandung – Malang
- Tarif promo Argo Parahyangan Rp. 10.000
- Membuat layanan informasi kereta api lewat *Hand Phone,* yang bernama KABILA (Kereta Api *Mobile Application*)
- Pembenahan fasilitas stasiun seperti *wi-fi, CCTV,* TV *plasma*, *audio system*
- Paket perjalanan wisata kereta api dan kereta wisata, dan lain sebagainya.
- Perbaikan interior kereta api kelas bisnis dan eksekutif.
- Penggantian bantalan kayu dengan bantalan beton
- Peningkatan disiplin pada karyawan

Berikut adalah gambar interior dari kereta api Turangga :



Gambar. 1 Interior Toilet Turangga

Sumber : SARPEN DAOP 2 Bandung



Gambar. 2 Interior Ruang Penumpang Turangga

Sumber : SARPEN DAOP 2 Bandung

Berbagai hal hal diatas adalah upaya PT.Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung dalam rangka memberikan pelayan terbaik kepada konsumen nya, dengan harapan bahwa PT. Kereta Api (Persero) mendapatkan timbal balik berupa keuntungan. Diperlukan adanya suatu program promosi untuk mengingatkan kembali konsumen serta sebagai penunjang agar semua upaya yang telah dilakukan oleh PT. Kereta Api (Persero) dapat tersampaikan dengan baik kepada calon konsumen sehingga dapat mempengaruhi pola pikir calon konsumen, untuk menggunakan kereta api sebagai transportasi pilihanya.

2.2.6. Kajian Promosi

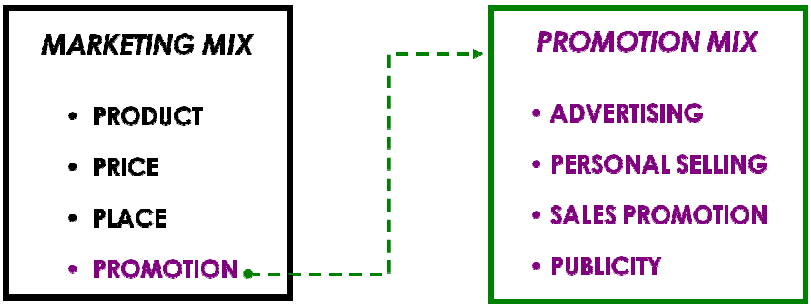
Promosi adalah tindakan menginformasikan atau mengingatkan pelanggan mengenai suatu produk atau merk tertentu (*Jeff Madura, Introduction To Business, 2007).*

Promosi dilakukan untuk mendukung berbagai strstegi pemasaran lainya, promosi akan mempercepat penyampaian strategi pemasaran kepada konsumen, tanpa promosi maka strategi ini akan sulit untuk sampai kepada konsumen, sebagai contoh:

- Strategi diskon tidak akan diketahui oleh konsumen tanpa promosi
- Produk berkualitas akan sulit laku apabila tanpa promosi karna konsumen kurang mengetahui akan keberadaanya.
- Diferensiasi produk tidak akan dikenal baik oleh konsumen jika tidak dipromosikan.

Salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah promosi, bentuk komunikasi bersifat massal, ampuh mencapai setiap lapisan sasaran.

Promosi erat kaitannya dengan komunikasi, melalui beragam senjata dan kelengkapannya / *Promotion Mix.*



Gambar.3 Bauran Promosi

2.2.7. Target Audiens

Karena objek permasalahannya dibatasi pada kereta api kelas Bisnis dan Eksekutif, maka segmentasi audiens nya adalah sebagai berikut :

2.2.7.1. Target Primer

Demografis

1. Usia : 20 – 50

- Usia 20-50 adalah usia produktif manusia, dimana manusia sering aktif untuk bepergian baik itu untuk kepentingan pekerjaan, kuliah, rekreasi dan lain sebagainya.

2. S.E.S : Menengah ke atas

- Karena program promosi ini hanya mencakup kereta api kelas Bisnis dan Eksekutif.

3. Jenis Kelamin : Laki – Laki dan Perempuan
4. Agama : Semua agama

Psikografis

1. Membutuhkan kenyamanan dalam perjalanan
2. Merasa jenuh dengan polusi udara dan kemacetan lalulintas
3. Memiliki prestise tersendiri dengan menggunakan kereta api
4. Masyarakat yang memiliki intensitas yang cukup sering dalam bepergian.

Geografis

- Masyarakat yang berada di kawasan Jawa Barat terutama kota – kota sebagai berikut : Purwakarta, Bandung, Garut, Tasik, Ciamis, Banjar

2.2.7.2. Target Sekunder

Demografis

1. Usia : semua usia
2. S.E.S : Menengah ke atas
3. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
4. Agama : Semua agama

Psikografis

1. Memiliki kebutuhan untuk berlibur
2. Memiliki minat untuk menikmati pemandangan sepanjang perjalanan
3. Memiliki intensitas yang tidak terlalu seringa (sesekali saja) dalam bepergian
4. Membutuhkan ketanangan
5. Membutuhkan eksklusifitas

Geografis

- Masyarakat di seluruh Jawa Barat dan yang mencakupi Daerah Operasi 2 Bandung

2.2.7.3. Nilai Segmentasi (*Segmenting Value*)

Segmentasi yang mendasari peluncuran KA Eksekutif dilakukan dengan mengklasifikasikan pelanggan dalam beberapa tingkatan nilai :

a. *Gateway value*, konsumen yang menggunakan jasa kereta api hanya mendasarkan kepada fungsinya sebagai alat transportasi

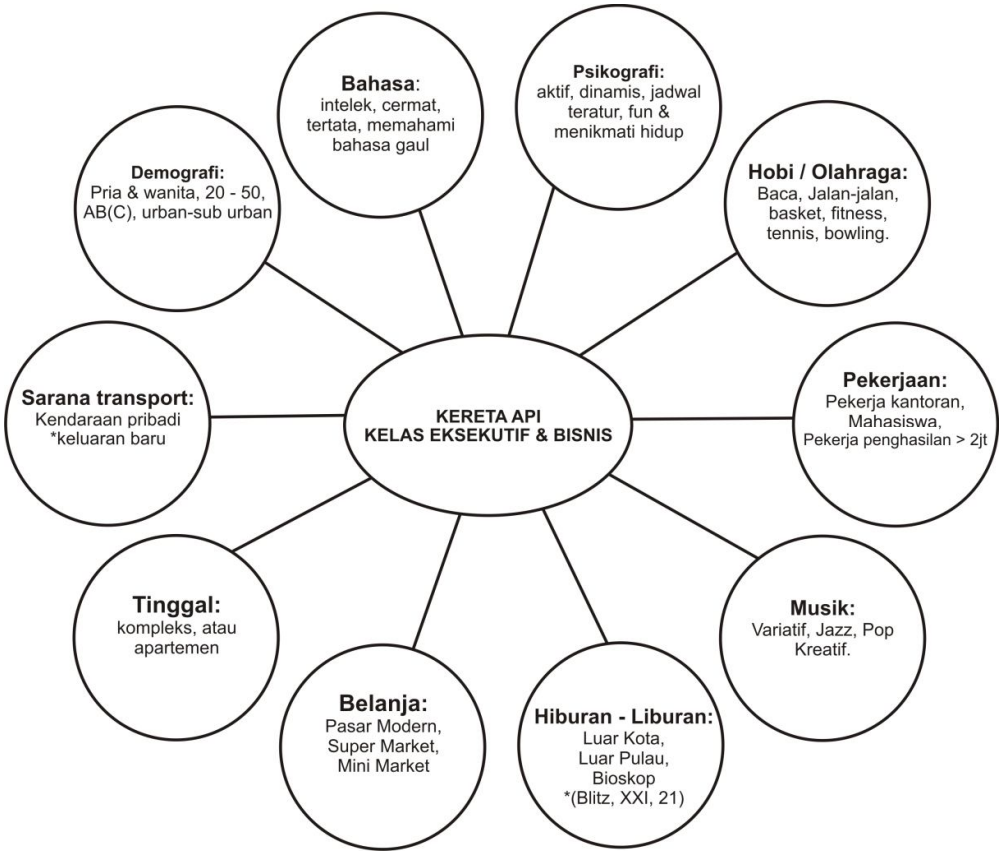
b. *Competitive value*, disamping mempertimbangkan fungsi utama sebagai alat transportasi, pelanggan mempertimbangkan pula faktor tingkat kenyamanan dan pelayanan yang dibandingkan terhadap moda pesaing

c. *Ultimate value*, pelanggan tidak sekedar menuntut fungsi dan perbandinggan, melainkan juga pertimbangan-pertimbangan psikologis yang tidak dapat diukur batasnya, misalnya gengsi, prestise dan kepuasan

d. Pasar sasaran yang dipilih adalah pelanggan yang tidak hanya sekedar menuntut fungsi utama kereta api, akan tetapi juga pertimbangan-pertimbangan psikologis (ultimate value), atau tepatnya pemerjalan eksekutif tidak akan kehilangan prestise walau tidak naik pesawat.

e. Positioning dilakukan dengan mempersepsikan produk argo sebagai moda transportasi kereta api yang terbaik, prestise, nyaman, cepat, untuk masing-masing kelas dan koridornya.

2.2.7.4. Studi Indikator



Gambar. 4 Diagram Studi Indikator