

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, kebutuhan konsumen terhadap suatu produk semakin meningkat, baik berupa barang ataupun jasa. Sejalan dengan kebutuhan konsumen yang meningkat, mobilitas konsumen harus ditunjang dengan transportasi yang memadai, oleh sebab itu perusahaan jasa transportasi di Indonesia berlomba-lomba untuk memuaskan para pengguna jasa mereka.

Konsumen memiliki peran penting dalam pertumbuhan perusahaan, kebutuhan yang tinggi dan beragam dari konsumen mewajibkan perusahaan memenuhi permintaan konsumen, oleh sebab itu perusahaan membutuhkan strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada pasar, salah satu strategi pemasaran yang dapat diterapkan perusahaan adalah strategi *Customer Relationship Management (CRM)*. Menurut [Buttle & Maklan \(2015:4\)](#) CRM adalah strategi bisnis yang memaksimalkan profitabilitas, pendapatan dan kepuasan pelanggan dengan mengatur di sekitar segmen pelanggan, mendorong perilaku yang memuaskan pelanggan, dan menerapkan proses yang berpusat pada pelanggan. Penerapan strategi CRM yang baik dalam perusahaan diharapkan mampu mengatasi keluhan dari konsumen untuk menjaga kepuasan dan loyalitas konsumen. Menurut [Kotler & Keller \(2006:152\)](#) CRM adalah proses mengelola informasi rinci tentang pelanggan secara individual dan semua “titik kontak” pelanggan secara seksama untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan.

Menurut [Sorce dan Kotler dalam Iriandini \(2015\)](#), komitmen termasuk salah satu faktor penting CRM, yang dalam hal ini mencakup ikatan emosional itikad antara perusahaan dan pelanggan untuk sama-sama menjaga hubungan baik antara perusahaan dan pelanggan. Komitmen lebih fokus terhadap janji yang diberikan perusahaan kepada

konsumennya. Faktor penting yang lain adalah komunikasi, yang dalam CRM diartikan bahwa perusahaan dan pelanggan dapat menyampaikan atau mengkomunikasikan keinginan yang dimiliki masing-masing pihak dan kemudian dapat direspon dengan baik sesuai dengan harapan dari perusahaan maupun pelanggan. Dalam penelitian tersebut juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam penerapan CRM, karena kualitas pelayanan adalah sebuah keunggulan yang dapat diberikan oleh perusahaan dan berkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan.

Penerapan strategi CRM pada perusahaan memiliki peran penting untuk membantu perusahaan bersaing di dalam pasar, begitu pula dengan perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi, “Alasan mendasar mengapa perusahaan ingin membangun hubungan dengan pelanggan adalah alasan ekonomi. Perusahaan menghasilkan profit yang lebih baik ketika mereka mengelola basis pelanggan mereka untuk mengidentifikasi, memperoleh, memuaskan, dan mempertahankan pelanggan yang menguntungkan” Buttle & Maklan (2015:28). Perusahaan jasa transportasi yang akan peneliti bahas adalah perusahaan jasa transportasi di Indonesia, yaitu PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Persero. PT. KAI Persero merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki beberapa Daerah Operasi (DAOP) di pulau Jawa, dan Divisi Regional (DIVRE) di pulau Sumatera. Peneliti menilai PT. KAI Persero lebih menjadi pilihan masyarakat untuk transportasi darat karena lebih efisien dibanding dengan model transportasi darat lainnya, karena jelasnya waktu keberangkatan dan kedatangan kereta di stasiun tujuan. Sepanjang 2018 PT. KAI Persero mengangkut 424.683.403 penumpang. Terdapat kenaikan jumlah penumpang sebesar delapan persen jika dibandingkan total penumpang kereta api yang diangkut sepanjang tahun 2017 yaitu sebanyak 394.134.634 penumpang. Terjangkaunya tarif serta pertimbangan faktor kenyamanan dan kejelasan jadwal keberangkatan dan kedatangan kereta api membuat para pelanggan setia menggunakan moda transportasi ini, dikutip dari

hasil wawancara kepada salah satu penumpang PT. KAI Persero: "Pelayanan yang diberikan PT KAI untuk penumpang sudah baik, selain pertimbangan harga yang relatif lebih murah dibandingkan moda transportasi lainnya." Meski merasa puas sebagai pengguna layanan kereta api, pelanggan tetap berharap adanya peningkatan kualitas demi kenyamanan penumpang. Tribun Jogja. 8 Februari 2019. Kenaikan Jumlah Penumpang Kereta Api Capai 8 Persen.

<https://jogja.tribunnews.com/2019/02/08/kenaikan-jumlah-penumpang-kereta-api-capai-8-persen/>.

Dalam menjaga kepuasan konsumen, PT KAI juga mampu memanfaatkan teknologi dengan baik, contohnya adalah sistem pemesanan tiket secara online. Dengan sistem pemesanan tiket secara online ini, PT. KAI Persero berhasil menarik konsumen dengan dimudahkannya akses pemesanan tiket, sehingga para pengguna jasa mereka tidak perlu lagi untuk mengantri di loket pembelian tiket.

PT KAI Persero juga memiliki catatan buruk saat arus balik Lebaran 2018. Beberapa penumpang menilai pelayanan PT KAI Persero belum maksimal dalam mengantisipasi peningkatan jumlah penumpang saat arus balik Lebaran. Pelayanan buruk PT. KAI Persero terjadi saat penumpang naik melalui Stasiun Serang, Minggu, 17 Juni 2018 menuju Rangkasbitung, kondisi gerbong dipenuhi penumpang yang dipaksa untuk berdesakan, penumpang yang membawa balita dan anak kecil terpaksa berdiri di ruangan toilet kereta. Kondisi ini terjadi karena tidak tersedia kereta tambahan untuk perjalanan dari Stasiun Serang menuju Stasiun Rangkasbitung yang mengakibatkan jumlah penumpang melebihi kapasitas gerbong. Antara, Anisa Luciana. "Kereta Api Penuh Sesak, Penumpang Keluhkan Layanan PT. KAI." Tempo.co. 18 Juni 2018. 19 Oktober 2019.

Dari uraian tersebut, penelitian ini mencoba untuk mengetahui pengaruh CRM yang diterapkan oleh PT. KAI Persero, serta faktor apa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dapat mempertahankan loyalitas pelanggan PT. KAI Persero. Penelitian ini merupakan replikasi murni dari penelitian yang dilakukan oleh Iriandini (2015). Persamaan penelitian ini adalah meneliti pengaruh CRM terhadap loyalitas pelanggan serta pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada objek yang diambil, pada penelitian sebelumnya objek penelitian yang diambil adalah jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) pada PT. Gemilang Libra Logistics, di Kota Surabaya.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, ditetapkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah komitmen berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah komitmen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
6. Apakah komunikasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
7. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk:

1. Menganalisis pengaruh komitmen terhadap kepuasan pelanggan.
2. Menganalisis pengaruh komunikasi terhadap kepuasan pelanggan.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

5. Menganalisis pengaruh komitmen terhadap loyalitas pelanggan.
6. Menganalisis pengaruh komunikasi terhadap loyalitas pelanggan.
7. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Pada dasarnya penelitian ini memiliki beberapa manfaat yang bisa menjadi kontribusi bagi para akademisi maupun masyarakat umum untuk menyelesaikan masalah strategi CRM. Secara umum, manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat dalam Pengembangan Ilmu atau Manfaat di Bidang Teoritis
  - a. Peneliti mengharapkan bahwa hasil penelitian ini bisa membantu kalangan akademisi, khususnya yang berhubungan dengan CRM, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
  - b. Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan akademik, khususnya untuk penelitian selanjutnya mengenai CRM dalam bidang transportasi.
2. Manfaat di Bidang Praktik
  - a. Bagi PT. KAI Persero, penelitian ini bisa menjadi referensi yang berkaitan dengan teori kepuasan dan loyalitas pelanggan.
  - b. Bagi masyarakat umum, penelitian ini bisa menjadi referensi dalam penggunaan transportasi darat, khususnya kereta api.