



# Strategi Perusahaan PT Kereta Api Indonesia (PERSERO) Dalam Meningkatkan Pelayanan Jasa Transportasi Kereta

Dila Ayu Lestari<sup>1</sup>, Ayyu Ainin Mustafidah<sup>2</sup>

Program Studi Akutansi syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
dilaayulestari03@gmail.com<sup>1</sup>, ayyuaininmustafidah@gmail.com<sup>2</sup>

## Info Artikel

### Masuk:

10 Februari 2024

### Diterima:

14 Februari 2024

### Diterbitkan:

21 Februari 2024

### Kata Kunci:

SWOT, strategi, layanan, PT KAI DAOP XI, transportasi

## Abstrak

Strategi merupakan rencana jangka panjang yang dibuat oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu dalam lingkungan bisnisnya. Strategi perusahaan merinci langkah-langkah yang harus diambil oleh perusahaan untuk mengelola risiko, mempertahankan keunggulan kompetitif, dan terus berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang diterapkan PT. KAI DAOP IX Jember dalam peningkatan kualitas pelayanan jasa transportasi kereta api, serta mengetahui apa faktor pendukung dan faktor penghambat pelaksanaan strategi peningkatan kualitas pelayanan PT KAI DAOP IX Jember. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sudah melakukan analisa SWOT yang baik terdiri dari kekuatan pasar, kelemahan dari perusahaan ini, peluang dari adanya produk perkeretaan, dan terakhir ancaman yang terjadi. Selain itu peneliti sudah menelaah lebih lanjut terkait kesediaan untuk bekerja di pemerintahan saat ini baik itu karyawan tetap maupun kontrak. Selama Perusahaan berdiri sudah ada perluasan penawaran layanan dibandingkan tahun sebelumnya menjadi hal biasa dengan mengurangi jumlah keberatan dari pelanggan yang menggunakan layanan tersebut. Hal yang terpenting ada upaya yang cukup besar dari pihak manajemen untuk memecahkan masalah dalam melayani perkeretaapian.

## PENDAHULUAN

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop IX Jember yang tidak lain adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai salah satu instrumen pemerintahan dalam pembangunan dirasakan sangat penting peranannya, salah satu instrumen penting dalam pembangunan ekonomi, khususnya pembangunan di bidang industri-industri strategis seperti telekomunikasi, transportasi, industri-industri manufaktur dan lain sebagainya. Sementara dari sisi masyarakat, BUMN merupakan instrumen yang penting sebagai penyedia layanan yang cepat, murah dan efisien. pelayanan yang diberikan contohnya seperti dari pengaturan atau hukum ataupun pelayanan lain untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Berkaitan dengan peran pelayanan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memberikan pelayanan khusus bagi masyarakat penyandang cacat dan ibu hamil atau menyusui dengan menambahkan gerbong disetiap kereta api. Dengan melakukan hal ini pemerintah peduli dengan hak penyandang cacat dan ibu hamil. Dengan adanya gerbong khusus dapat meningkatkan kenyamanan bagi penyandang cacat dan ibu hamil.

Di Indonesia saat ini, kereta api merupakan salah satu alat transportasi yang masih banyak dinikmati oleh masyarakat. Namun dengan kenyataan yang ada kereta api belum tentu memenangi persaingan dengan transportasi lain seperti pesawat dan bus. Namun demikian BUMN dalam perjalanannya telah banyak mengalami pasang surut usaha. Terjadinya pasang surut usaha tersebut tidak lain disebabkan adanya perubahan iklim usaha yang dipengaruhi oleh faktor eksternal maupun faktor internal. Faktor eksternal yaitu keadaan ekonomi nasional maupun internasional, sedangkan faktor internal yaitu pengurus perusahaan, termasuk di dalamnya penggunaan sumber daya yang kurang efektif dan efisien. Hal inilah yang menjadikan kondisi BUMN saat ini masih belum seperti yang diharapkan seperti pada pelayanan yang diberikan BUMN selama ini belum optimal. Transportasi kereta api terus berusaha melakukan perbaikan yang dianggap kurang dan melakukan perbaikan dengan kualitas pelayanan yang sesuai agar dapat menarik minat masyarakat untuk berpindah menggunakan kereta api. PT. KAI (Persero) diwajibkan melakukan perbaikan terus-menerus dengan kualitas pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen atau masyarakat yang terus menuntut pelayanan yang lebih baik dan dapat mengatasi persaingan dengan transportasi yang lain.

PT Kereta Api Indonesia (persero) merupakan satu-satunya BUMN yang memiliki sejarah panjang dan mengalami semua bentuk BUMN yang dikenal di Indonesia. Sebelum perang dunia kedua angkutan kereta api di Indonesia dikelola oleh perusahaan swasta Belanda. Selanjutnya pada tahun 1950 pengelolaan diserahkan kepada Kementerian Komunikasi Republik Indonesia melalui DKA (Djawatan Kereta Api). Kemudian secara berturut-turut pengelola kereta api mengalami beberapa kali perubahan nama dan status, yaitu PNKA (Perusahaan Negara Kereta Api) pada tahun 1963, PJKA

(Perusahaan Jawatan Kereta Api) pada tahun 1971, PERUMKA (Perusahaan Umum Kereta Api) pada bulan Januari tahun 1991, dan terakhir pada bulan Juni tahun 1999 berubah menjadi PT KAI – Kereta Api Indonesia (Persero). Dengan bentuk persero, PT KAI memiliki peluang yang besar untuk meningkatkan keuntungan, karena penyelenggaraan transportasi darat kereta api masih menjadi monopoli pemerintah. Perkeretaapian sebagai salah satu moda transportasi tidak dapat dipisahkan dari moda-moda transportasi lain yang ditata dalam sistem transportasi nasional, mempunyai karakteristik pengangkutan secara massal dan keunggulan sendiri, perlu lebih dikembangkan potensi dan ditingkatkan peranannya sebagai penghubung wilayah-wilayah baik nasional maupun internasional, sebagai penunjang, pendorong dan penggerak pembangunan demi peningkatan kesejahteraan rakyat. Selain itu, kereta api memiliki berbagai kelebihan diantaranya bebas dari kemacetan karena memiliki jalurnya tersendiri, serta lebih hemat bahan bakar karena daya muatnya yang besar dalam satu kali perjalanan. Tentunya juga didukung dengan fasilitas yang lebih memadai. Selain itu, PT. KAI (Persero) melakukan perbaikan pada sistem persinyalan dan pintu perlintasan kereta api yang belum terpasang, agar tidak terjadi kecelakaan seperti yang telah terjadi sebelumnya.. Dengan melihat tingkat penggunaan jasa transportasi yang tinggi dan kualitas pelayanan yang dirasa terus menurun, PT. KAI (Persero) berusaha untuk memperbaiki kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen selama ini. Sebagai perusahaan yang bergerak bidang jasa transportasi, PT. KAI (Persero) harus dapat memenuhi keinginan konsumen guna menciptakan dan mengembangkan kualitas pelayanan sesuai dengan SPM.

## METODE

Penelitian ini dilakukan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Peneliti juga melakukan kajian mendalam menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, kualitatif berarti penelitian yang berkaitan dengan aspek nilai, kualitas dan makna yang ada pada fakta. Nilai, kualitas dan juga makna di uraikan melalui kata- kata atau bahasa. Pendekatan kualitatif yang dimaksud adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata dari orang-orang dan segala sesuatu yang diamati dari perilaku orang-orangnya. Pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena tertentu dengan cara berfikir induktif. teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis oleh Miles dan Huberman dalam Sugiono (2009, h.244) yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pembahasan

- Strategi PT Kereta Api Indonesi (Persero) dalam Meningkatkan layanan Jasa Transportasi kereta

Bentuk upaya yang dilakukan PT. KAI (Persero) yaitu Bentuk upaya yang disatukan, luas dan tujuan yang digabungkan untuk meningkatkan keunggulan perusahaan dengan mengetahui masalah lingkungan. Tujuan yang dibuat untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat. Bentuk upaya agar tujuan dapat terlaksana dengan baik dibentuk langkah atau tindakan dalam mencapai tujuan perusahaan:

- 1) Enterprise Strategy, Strategi perusahaan ini berhubungan dengan tindakan masyarakat. Setiap kelompok mempunyai hubungan dengan masyarakat. Masyarakat yaitu kelompok yang berada di luar yang tidak dapat dikendalikan. Setiap kelompok mempunyai kepentingan dan tututan yang bervariasi terhadap perusahaan, sesuatu yang perlu diberikan perhatian oleh para penyusun strategi. Jadi strategi perusahaan terlihat dari hubungan antara organisasi atau kelompok dan masyarakat luar, dan berkeinginan untuk mendapat keuntungan kelompok tersebut. Strategi ini bertujuan juga untuk memperbaiki dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan SPM yang ada.
- 2) Corporate Strategy, Strategi perusahaan ini berhubungan dengan tujuan perusahaan, sesuai dengan keahlian atau bidang perusahaan. Yang jadi pertanyaan apa yang menjadi tujuan atau urusan perusahaan atau organisasi dalam mengembangkan dan bagaimana perusahaan mengendalikan tujuan perusahaan itu, Bagaimana tujuan itu dikendalikan dengan benar, hal ini memerlukan kebijakan yang strategik dan membuat rencana strategik yang harus disiapkan oleh setiap organisasi.
- 3) Bussines Strategy, berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan atau organisasi untuk merebut pasaran di tengah keinginan masyarakat yang terus berkembang dan bagaimana organisasi menempatkan di hati para penguasa dan masyarakat. Semua itu untuk mendapatkan keuntungan strategic dan untuk menumbuh kembangkan suatu organisasi ke level yang lebih baik.
- 4) Functional Strategy Strategi ini bertujuan untuk mendukung dan untuk pelengkap suksesnya strategi lain. Diantaranya:
  - a) Strategi fungsional ekonomi, adalah meliputi fungsi-fungsi yang dapat membantu organisasi untuk hidup sebagai suatu kesatuan ekonomi yang menguntungkan antara lain yang berkaitan dengan masalah keuangan, pemasaran, sumber daya, dan pengembangan.
  - b) Strategi fungsional manajemen ini berkaitan dengan fungsi-fungsi manajemen, contohnya seperti perencanaan, pengorganisasian, mengimplementasikan, mengendalikan, susunan kepegawaian, memotivasi, komunikasi, interaksi.

Dalam meningkatkan Kualitas pelayanan PT. KAI Daop IX Jember terus berusaha memperbaiki masalah kenyamanan, ketepatan waktu, keselamatan, keamanan dan pelayanan Strategi yang diterapkan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi IX Jember untuk peningkatan kualitas pelayanan jasa transportasi kereta api dengan menerapkan Master Strategy. Master Strategy dapat membantu PT. KAI Daop IX Jember dalam peningkatan kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen dan SPM yang berlaku.

- Penerapan Teknologi dan Inovasi dalam Manajemen Transportasi PT KAI (Persero)

Sebagai salah satu transportasi publik yang menjadi pilihan masyarakat, Stasiun jember selalu berusaha memberikan informasi melalui beberapa cara apabila terdapat sebuah produk baru yang sifatnya inovasi. Salah satu yang dimanfaatkan oleh stasiun jember sebagai media sosialisasi yakni pada event car free day yang berlangsung setiap hari Minggu pagi. Dalam even ini pihak Stasiun jember mencoba memberikan beberapa informasi mengenai kereta api seperti contoh ketika adanya sebuah inovasi yang dihadirkan pada stasiun jember. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) telah menyediakan media teknologi sebagai fasilitas untuk melayani pengguna jasa dalam melakukan transaksi pembelian tiket melalui sejumlah tempat. Pertama, penjualan di loket PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Penjualan melalui loket di stasiun dilayani mulai 90 hari sampai 1 jam sebelum keberangkatan. Kedua, penjualan melalui agen. Penjualan lewat agen dilayani mulai dari 90 hari sampai 1 jam sebelum keberangkatan kereta api. Ketiga, pembayaran melalui internet banking dan ATM Bank (Mandiri, BII, BRI). Penjualan atau pemesanan melalui ATM dilakukan melalui call center yang sudah ada kerjasama dengan PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Keempat, penjualan melalui loket PT. Pos Indonesia. Penjualan tiket melalui PT. Pos Indonesia dilayani mulai 90 hari sampai 1 hari sebelum keberangkatan kereta api. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memperluas jaringan pelayanan E-Ticketing ini sebagai wujud kepedulian terhadap tuntutan akan peningkatan kualitas pelayanan dan kemudahan akses. Salah satunya adalah kemudahan dalam memperoleh tiket kereta api bagi para pengguna jasa angkutan kereta api pada kelas bisnis dan eksekutif. Inovasi Pelayanan Transportasi Publik Berbasis Teknologi Informasi Pada Stasiun Kereta Api Kota jember yaitu:

- a) B2B (Business to Business) Atau Pembelian Melalui Channel External Program B2B ini merupakan hasil kerjasama antara PT. KAI dengan perusahaan lain yang memiliki sistem pembayaran tersendiri. Channel eksternal yang dimiliki PT. KAI diantaranya Indomaret, Alfamart, Kantor Pos, Gerai Fastpay, PPOB BRI – Delaprastra, Fin Channel, Pegadaian, Cooppay dan lain-lain yang tersebar di seluruh Indonesia.
  - b) Reservasi Tiket Kereta Api H-90 Reservasi tiket kereta api H-90 adalah inovasi penjualan tiket kereta api yang diterapkan dengan melayani pembelian tiket kereta api mulai H-90 atau 90 hari sebelum keberangkatan. Reservasi tiket ini dapat dilakukan pada seluruh channel penjualan tiket kereta api yang sudah terkoneksi dengan RTS (Rail Ricket System). Hal ini juga memberikan nilai tambah bagi konsumen dalam kemudahan mendapatkan tiket. Melalui inovasi ini, calon penumpang diajarkan untuk terbiasa membeli tiket kereta api jauh hari sebelum keberangkatan agar para calon penumpang tidak berdesak-desakan dalam mendapatkan tiket kereta api.
  - c) CIC (Check In Center) Berdasarkan hasil penelitian, layanan CIC dapat mempercepat penumpang kereta api dalam mencetak tiketnya. Dibandingkan dengan mencetak tiket di loket stasiun yang membutuhkan waktu lebih lama karena penumpang yang akan mencetak tiketnya harus antri dengan penumpang lainnya yang ingin membeli tiket, membatalkan tiket dan pengembalian uang tiket yang telah dibatalkan (refund). Terdapat perbedaan antara mencetak tiket di loket stasiun dengan menggunakan layanan CIC. Apabila mencetak pada loket stasiun ada petugas loket yang akan membantu mencetak tiket, akan tetapi jika menggunakan mesin CIC penumpang harus mencetak tiketnya sendiri. Secara tidak langsung dengan adanya layanan CIC ini menjadikan penumpang kereta api lebih mandiri dan mengurangi jumlah antrian di loket stasiun.
  - d) Customer Care Layanan konsumen atau customer care PT. KAI terdapat beberapa saluran. Tidak hanya menggunakan sambungan telepon, akan tetapi juga menggunakan media sosial seperti facebook, twitter maupun e-mail (surat elektronik). Penggunaan berbagai saluran komunikasi tersebut ditujukan untuk memudahkan komunikasi antara konsumen (dalam hal ini penumpang) dengan pihak PT. Kereta Api Indonesia (persero) selaku penyedia jasa transportasi. Salah satu dari manfaatnya yaitu mendapatkan kemudahan dalam melakukan reservasi tiket kereta api secara online. Selain itu juga, menggunakan media sosial akan menciptakan arus komunikasi terbaru yang lebih mudah diterima konsumen, contohnya seperti pemberian informasi lowongan kerja.
  - e) Manajemen Komplain Hasil pengamatan menunjukkan bahwa keluhan penumpang yang berada pada sarana dan prasarana, keterlambatan kereta, ticketing dan fasilitas stasiun. Prosedur penanganan keluhan pelanggan kereta api lokal dilakukan secara langsung yaitu dengan cara mendengarkan keluhan penumpang, mencatat semua yang dikeluhkan penumpang kemudian penyelesaian masalah dilakukan secara langsung maupun tertulis, kemudian akan dievaluasi agar kedepannya pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan penumpang.
  - f) Toilet Ramah Lingkungan Toilet ramah lingkungan ini mengacu pada prinsip bersih, tidak menimbulkan bau dan higienis. Limbah diproses dengan mikrobakteri sebelum dibuang ke track (jalur) kereta api. Toilet ramah lingkungan kereta api secara sederhana memadukan sistem pembilasan (flushing) dan sanitasi. Sistem pembilasan menggunakan udara bertekanan untuk mengalirkan limbah toilet ke tangki penampungan. Berikutnya, dengan sistem sanitasi di dalam tangki penampungan terjadi proses penguraian atau dekomposisi limbah.
- Peluang PT KAI (Persero) dalam Mengembangkan Usaha Perkeretaapian

PT KAI memiliki peluang yang besar untuk meningkatkan keuntungan, karena penyelenggaraan transportasi darat kereta api masih menjadi monopoli pemerintah. Perkeretaapian sebagai salah satu moda transportasi tidak dapat dipisahkan dari moda-moda transportasi lain yang ditata dalam sistem transportasi nasional, mempunyai karakteristik pengangkutan secara massal dan keunggulan sendiri, perlu lebih dikembangkan potensi dan ditingkatkan perannya sebagai penghubung wilayah-wilayah baik nasional maupun internasional, sebagai penunjang, pendorong dan penggerak pembangunan demi peningkatan kesejahteraan rakyat. Selain itu, kereta api memiliki berbagai kelebihan diantaranya bebas dari kemacetan karena memiliki jalurnya tersendiri, serta lebih hemat bahan bakar karena daya muatnya yang besar dalam satu kali perjalanan. Dalam menilai kondisi angkutan, ada beberapa hal yang dijadikan tolok ukur, antara lain kesejahteraan, keamanan, dan kenyamanan. Analisis SWOT PT Kereta Api Indonesia (Persero):

#### 1) Strengths

- a) Rute perjalanan relatif lebih cepat dibandingkan dengan jenis bisnis perjalanan darat lainnya, karena memiliki jalur/jalur khusus, sehingga bebas dari kemacetan lalu lintas dan hambatan lain untuk bepergian.
- b) Semua fungsi jadwal disesuaikan dengan waktu lalu lintas menjadi keuntungan yang jelas bagi bisnis ini.
- c) Pembagian kerja dan tanggung jawab yang jelas antara manajer, karyawan dan pimpinan, dimana jabatan di perusahaan sesuai dengan keahlian atau bidangnya.
- d) Rencana anggaran tahunan daerah didistribusikan kepada setiap daerah operasi dimasing-masing daerah, sehingga pekerjaan tidak menumpuk di kantor pusat.
- e) Reservasi PT KA (Persero) dapat dilakukan secara online, melalui telepon dan juga bekerjasama dengan berbagai instansi untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan reservasi.

#### 2) Weaknesses

- a) Sistem perjalanan bersifat kaku dan tidak fleksibel, karena jalur perjalanan hanya menggunakan rel sehingga membutuhkan sarana transportasi lain seperti penghubung dari stasiun ke tujuan pelanggan.
- b) Karena perusahaan ini menggunakan sistem organisasi lini maka memiliki beberapa kelemahan seperti, kewenangan staf harus dinyatakan dengan jelas agar tidak menimbulkan gesekan. Tim pelaksana sering dibingungkan dengan perbedaan antara mandat dan konsultasi. Karena kompleksitas organisasi, sehingga sulit untuk berkoordinasi. Persaingan tidak sehat sering terjadi karena masing-masing unit atau departemen menganggap misinya sebagai yang terpenting.
- c) Karena sistem perencanaan anggaran bersifat desentralisasi, maka perusahaan ini memiliki kelemahan dalam pengendalian anggaran, pengendalian anggaran tidak dapat dilaksanakan secara langsung dan cepat.
- d) Rangkaian kereta kelas bisnis terbatas. Keterbatasan ini merupakan salah satu elemen yang berdampak besar dalam penyediaan layanan transportasi dan pemenuhan kebutuhan pelanggan di segmen pasar.
- e) Ada ketidakseimbangan antara permintaan dan penjualan karena pilihan terbatas.
- f) Minimnya sosialisasi tentang kemudahan pemesanan tiket kereta api, sehingga terjadi pelanggan yang memesan di setiap stasiun keberangkatan.
- g) Kelemahan dari sistem informasi perusahaan ini adalah masih banyak keterbatasan mengenai pengaturan kedatangan dan pemberhentian di setiap stasiun, yang masih banyak bergantung pada pengaturan informasi manual di setiap stasiun.

#### 3) Opportunities

- a) PT KAI (Persero) merupakan perusahaan jasa perjalanan massal dan murah memiliki peluang yang besar untuk menarik pelanggan, karena dengan harga yang murah pelanggan dapat dengan cepat menempuh jarak yang cukup jauh untuk berbagai keperluan.
- b) PT KAI (Persero) adalah perusahaan milik negara, jadi tidak bertujuan mencari keuntungan sebanyak perusahaan swasta, karena negara mendukung perusahaan negara.
- c) PT KAI (Persero) merupakan peluang jika dilihat dari segi keuangan dan efektifitas biaya operasional dalam penyediaan sarana dan prasarana PT KAI (Persero). PT INKA sebagai pemasok tunggal

#### 4) Threats

- a) Pembahasan tentang masuknya pasar perusahaan kereta api swasta juga harus dilihat sebagai ancaman.
- b) Subsidi pemerintah yang terbatas untuk PT KAI (Persero) membuat BUMN ini merugi dengan kereta ekonomi, padahal kelas ekonomi yang paling banyak menyerap talent pelanggan.
- c) Dalam beberapa tahun terakhir pemasok kebutuhan lokal dan infrastruktur harus didatangkan dari negara lain, yang dapat menjadi ancaman bagi perusahaan ini di masa depan.
- d) Layanan pelanggan yang kurang optimal merupakan ancaman tersendiri jika tidak terus menerus dibenahi.

- Analisis SWOT pada PT KAI (Persero) Divre I SU Kekuatan (Strength) :

- 1) Adanya pangsa pasar yang besar.
- 2) Adanya SPM dan SOP.
- 3) Bersertifikat ISO 9001.

- Kelemahan (Weakness) :

- 1) Visi dan misi belum sesuai dengan kebutuhan.
- 2) Banyaknya armada tua.
- 3) Armada yang dibeli rata-rata bukan barang baru tetapi second ex Jepang.

- Kekuatan (Strength) :



- 1) Adanya pangsa pasar yang besar.
  - 2) Adanya SPM dan SOP.
  - 3) Bersertifikat ISO 9001.
- Ancaman (Threats) :
    - 1) Adanya jalan tol.
    - 2) Kurang meratanya pintu persilangan di beberapa titik perlintasan kereta.
    - 3) Modal transportasi lain (bis,kendaraan pribadi)

#### A. HASIL PENELITIAN

Dalam meningkatkan transportasi mutu kereta api yang bersifat administratif, PT. Kereta Api IndOnesia (Persero) terus maju dengan memberikan kebijakan yang berbeda. Kebijakan tersebut antara lain tiket end-of-stage, pemberian nama tiket, penggunaan satu tiket perjalanan (traveler loading up), waktu pemesanan yang lebih mudah disesuaikan dan berbagai kemudahan dalam memperoleh tiket, misalnya menanyakan melalui contact place 121, Indomaret, Alfamart dan stasiun kereta api. yang telah memperkenalkan kantor online. Hal ini sesuai dengan penilaian Lopatta et al (2020) bahwa bantuan harus memaksimalkan loyalitas konsumen dengan memperhatikan dan memahami aspek atau karakteristik kualitas administrasi, seperti kemudahan memperoleh administrasi, kepraktisan.

Oleh karena itu, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) menemukan cara yang substansial untuk menangani masalah-masalah vital yang terkait dengan administrasi, misalnya jumlah kecelakaan kereta api, kecerobohan SDM, tidak adanya disiplin perwakilan, agen, keterlambatan penampilan kereta api, persimpangan kereta api, kewajaran jalur dan tiket reservasi. Hal ini ditegaskan dengan mendapatkan sertifikat ISO 9001 sebagai jenis nilai tanggung jawab dewan untuk bekerja pada sifat administrasi transportasi. PT. Kereta Api Indonesia (Persero)pendekatan dalam meningkatkan transportasi adalah:

- a) untuk jarak jauh atau menengah persiapan, yang membantu penggunaan pemuatan kapal kerangka,
- b) manajemen dari KA 21 memberikan harga bagi para pemimpin, perusahaan dan jarak jauh atau ekonomi jarak menengah dapat dilayani H-90 atau 90 hari sebelum lepas landas.
- c) administrasi pembelian tiket sebagai tim dengan Alfamart, Indomart, pass pay, call focus 121.
- d) lompatan maju dalam sifat administrasi kereta api dengan membuat lompatan ke depan untuk kereta api ekonomi menjadi sistem udara paksa ekonomi dengan retribusi sesuai batas pasar dan tiket dapat dibeli melalui rel box,
- e) adanya kartu rel yang dapat diisi ulang dengan nilai paling ekstrim Rp. 1 juta, menjadi lebih mudah membeli tiketnya. Kemudian, pada saat itu, kecukupan teknis upaya PT. Kereta Api Indonesia (Persero) untuk lebih mengembangkan kualitas administrasi harus dilihat dari perubahan positif dan perluasan pemudik kelas ekonomi akibat kerangka traveller boarding.

Strategi menjadi sangat penting untuk memenuhi dari keinginan, karena fakta yang memberikan pandangan dari jalan itu seharusnya akan selesai agar yang disukai keinginan direalisasikan. Metode memiliki tiga penting peran dalam menyenangkan kontrol tujuan, khusus 1) metode sebagai pedoman dalam menentukan pilihan, 2) metode sebagai cara berkomunikasi, 3) metode sebagai sasaran (Al-Jarf, 2021). PT Kereta Api Indonesia harus fokus pada tujuan dan sasaran masa depan, selain itu asosiasi harus berkolaborasi dengan iklim di mana sistem akan dilakukan, sehingga teknik tidak berjuang secara lugas dan sesuai dengan kondisi alam dan melihat kemampuan luar dalam termasuk kualitasnya. Serta kekurangan asosiasi. Dengan cara ini, sistem merupakan argumentasi dari misi untuk menghubungkan asosiasi dengan keadaannya saat ini. Teknik sebenarnya biasanya dikembangkan untuk menyelesaikan metodologi masalah, menggambarkan reaksi asosiasi terhadap keputusan pengaturan kunci. Strategi kedua secara keseluruhan akan menjadi pendek, ketika asosiasi tidak memiliki konsistensi antara apa yang dikatakan, apa yang dilakukan dan apa yang sudah selesai. Oleh karena itu, pendekatan yang telah dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam meningkatkan layanan transportasi yang sangat baik, sehingga dapat menyelesaikan masalah dan meningkatkan jumlah konsumen.

### KESIMPULAN

Dalam kegiatan pengabdian ini dapat disimpulkan bahwa startegi yang diterapkan oleh perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam meningkatkan pelayanan jasa transportasi kereta api adalah memperbaiki kualitas pelayanan terkait dengan tujuan perusahaan yaitu ketepatan waktu, keselamatan, pelayanan dan kenyamanan. Strategi perusahaan yang pertama, terkait dengan Enterprise Strategy, melakukan penertiban pedagang asongan dan calo tiket yang dirasa mengganggu kenyamanan penumpang. Kedua, terkait dengan Corporate Strategy, yaitu berurusan dengan misi PT. KAI Daop IX Jember adalah melakukan perbaikan ketepatan waktu, keselamatan, kenyamanan dan pelayanan. Ketiga, terkait dengan Bussines Strategy, strategi ini untuk menumbuh kembangkan suatu organisasi ke level yang lebih baik dan mempunyai kebijakan adanya target pasar yang jelas dan adanya kebijakan kereta api barang untuk menambah biaya operasional yang harus dikeluarkan setiap harinya . Keempat, terkait dengan Functional Strategy, adalah strategi fungsional manajemen yaitu tentang planning, organizing, controlling, actuating, directing, reporting, staffing. Strategi ini bertujuan untuk kelancaran kualitas pelayanan kepada konsumen. Kemudian Strategi fungsional ekonomi (pemasaran), strategi ini berkaitan dengan pemasaran, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi IX Jember berupaya memberikan informasi pemasaran.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian jurnal ini. Terutama, kami berterima kasih kepada:

Saya Sendiri, yang telah meluangkan waktu dan usaha untuk memberikan informasi yang sangat berharga melalui partisipasi aktif mereka dalam survei yang saya lakukan. Tanpa kerjasama dan kesediaan mereka untuk berbagi pengalaman dan pandangan, penelitian ini tidak akan dapat mencapai kedalaman dan kekayaan informasi seperti yang telah kami peroleh.

Ibu Ayyu Ainin Mustafidah, M.E, yang telah bekerja tanpa lelah dalam merancang, melaksanakan, dan menganalisis data penelitian ini. Kerja keras, dedikasi, dan komitmen mereka terhadap keunggulan akademik telah menjadi tulang punggung dari keberhasilan penelitian ini. yang dengan sabar dan penuh dedikasi telah memberikan arahan, kritik, dan saran yang konstruktif sepanjang proses penelitian. Bimbingan mereka telah membentuk pemikiran dan analisis kami dalam merumuskan kesimpulan yang berharga dari penelitian ini.

ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, atas dukungan logistik dan akses yang telah diberikan sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan dengan lancar. Kepercayaan dan dukungan institusi ini terhadap penelitian kami sangat kami hargai.

Keluarga dan Teman-teman, yang dengan setia memberikan dukungan moral dan motivasi. Kesabaran, pengertian, dan dorongan mereka telah menjadi sumber kekuatan kami dalam menghadapi tantangan selama proses penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afin. Menciptakan SDM Berkualitas. PT. Gelora Aksara Pratama. Jakarta. .2013.
- Atun Mar, N. Inovasi Pelayanan Transportasi Publik Berbasis Teknologi Informasi. Universitas Islam Malang. 2019.
- Hariani, D. Formulasi Strategi Public Relation Dan Kehumasan Dalam Meningkatkan Citra TVRI Sebagai Televisi Pendidikan Indonesia. *Journal of Applied Business and Economic*, 02(1), 33–48. 2015.
- Kaslum, U., & Yamin, M. (2017). Strategi Pengembangan Transportasi Massal Di Wilayah Suburban Makassar. *Jurnal Transportasi Multimoda*, 15(1), 33–38.
- Kaslum, U., & Yamin, M. (2017). Strategi Pengembangan Transportasi Massal Di Wilayah Suburban Makassar. *Jurnal Transportasi Multimoda*, 15(1), 33–38.
- Kusmana, Suherli. 2010. Manajemen Inovasi Pendidikan. Ciamis: Pascasarjana Unigal Press.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Luth`v, W. A., Sena Wangi, B. A., Lestari, R. A., Abidah, E. E., Salsabila, E., & Amri, A. (2022). Strategi pelayanan perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam meningkatkan pengguna jasa transformasi kereta api. *Insight Management Journal*, 2(2), 75–80. <https://doi.org/10.47065/imj.v2i2.153>
- Priyanto Agus. Manajemen Perubahan Layanan Penumpang PT Kereta Api Indonesia (Persero): Analisis Dari Perspektif Pendekatan Individu. Universitas Padjadjaran. 2020.
- Solihin, Ismail. Manajemen Strategik. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2012
- Sulistiyowati, A. Analisis SWOT Strategi Peningkatan Pelayanan Transportasi PT. Kereta Api Indonesia (Studi Tentang Pelayanan Kereta Api di Surabaya). *Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 6(1), 33–49. 2016
- Sudirman, Indrianty , Topik-Topik Riset Manajemen Strategi. Bogor: PT Penerbit IPB Press. 2013.
- Sudarman, E. Pengaruh Budaya Kerja Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pelayanan Publik Di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang. *Study & Management Research*, 15(1), 71–84. 2018.
- Utami, S. B. Pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah pada pt. taspen (persero) cabang Yogyakarta. In Tugas Akhir. Universitas Negeri Yogyakarta. 2013.
- Yudhistira, A., & Niswah, F. (2019). Manajemen Strategi Peningkatan Investasi Oleh Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Surabaya. *Jurnal Administras Publik*, 7(4), 1–8. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/publika/article/view/27322>
- Zakiyah, U., & Fadiyah, D. Inovasi Pelayanan Transportasi Publik Ramah Penyandang Disabilitas Di Dki Jakarta. 2020.