

Pengaruh Fasilitas Kerja dan Keramahan Karyawan Terhadap Kinerja dan Kenyamanan Konsumen (Studi Kasus Pada PT Kereta Api Indonesia)

Erik Gilang Ramadah¹,
Wardah Laeli²

¹⁾Program Studi Teknik Industri,
Universitas Kebangsaan Republik
Indonesia
Jl. Terusan Halimun No.37
Email: erikgilang2021@gmail.com
wardahlaeli@upi.edu

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan keramahan karyawan terhadap kinerja pelayanan serta kenyamanan konsumen pada PT Kereta Api Indonesia (PT KAI). sebagai perusahaan besar di bidang penyediaan jasa transportasi yang selalu melayani jutaan penumpang setiap tahunnya, PT KAI dituntut untuk terus menerus meningkatkan kualitas layanannya guna memuaskan harapan dan kepuasan para pelanggan yang selalu menggunakan jasa transportasi dari PT KAI. Fasilitas kerja yang memadai dalam pelayanan seperti ruang tunggu yang nyaman, kebersihan stasiun yang terawat, kelengkapan informasi yang memudahkan karyawan dan teknologi pelayanan digital yang memiliki peran penting dalam mendukung operasional karyawan dan kenyamanan penumpang. Selain itu, keramahan, responsif dan profesionalisme para karyawan dalam melayani penumpang, menjadi salah satu faktor penentu dalam membentuk citra positif perusahaan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah untuk menegaskan pentingnya pengelolaan fasilitas yang tersedia semaksimal mungkin serta pelatihan sumber daya manusia di PT KAI untuk ditingkatkan sebagai strategi utama untuk meningkatkan mutu layanan transportasi publik yang handal, cekatan, aman, dan nyaman.

Kata kunci: Fasilitas Kerja, Keramahan Karyawan,
Kinerja Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of facilities and employee friendliness on service performance and consumer comfort at PT Kereta Api Indonesia (PT KAI). As a large company in the field of transportation service providers that always serve millions of passengers every year, PT KAI is required to continuously improve the quality of its services in order to satisfy the expectations and satisfaction of customers who always use transportation services from PT KAI. Adequate work facilities in services such as comfortable waiting rooms, clean and well-maintained stations, complete information that makes it easier for employees and digital service technology that has an important role in supporting employee operations and passenger comfort. In addition, the friendliness, responsiveness and professionalism of employees in serving passengers are one of the determining factors in forming a positive company image and increasing consumer satisfaction. The conclusion of this study is to emphasize the importance of managing available facilities as optimally as possible and improving human resource training at PT KAI as the main strategy to improve the quality of reliable, agile, safe and comfortable public transportation services.

Keywords: Customer Satisfaction, Employee Friendliness,
Service Performance, Work Facilities

Pendahuluan

Era globalisasi dan meningkatnya persaingan di sektor jasa transportasi mendorong perkembangan sektor transportasi di Indonesia untuk terus bergerak maju, sehingga tercapai kemajuan yang cukup signifikan. Hal ini ditandai dengan peningkatan infrastruktur, adopsi teknologi informasi, dan meningkatnya mobilitas masyarakat yang semakin membutuhkan sarana transportasi yang aman, nyaman, terjangkau, cepat, dan tepat waktu. Di antara berbagai moda transportasi yang tersedia, kereta api menjadi salah satu pilihan utama masyarakat, baik untuk perjalanan jarak dekat maupun jarak jauh. Keunggulan kereta api seperti ketepatan waktu, kapasitas angkut besar, serta efisiensi biaya menjadi faktor yang mendukung popularitasnya.

Sebagai penyedia utama jasa angkutan kereta api di Indonesia, PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki tanggung jawab strategis dalam memastikan pelayanan yang optimal. PT KAI tidak hanya dituntut untuk mampu mengelola operasional yang kompleks secara efisien, tetapi juga harus mampu memenuhi dan melampaui ekspektasi konsumen yang semakin kritis dan dinamis. Kualitas pelayanan menjadi indikator utama keberhasilan perusahaan, yang mencakup lebih dari sekadar ketepatan jadwal perjalanan. Pelayanan yang unggul melibatkan berbagai aspek pendukung, termasuk kualitas fasilitas kerja dan sikap pelayanan karyawan yang berinteraksi langsung dengan konsumen.

1. Fasilitas Kerja: Pilar Infrastruktur Layanan Berkualitas

Fasilitas kerja memegang peranan penting sebagai fondasi fisik dan teknologi dari layanan yang diberikan PT KAI. Fasilitas yang dimaksud tidak hanya terbatas pada sarana penunjang operasional karyawan, tetapi juga mencakup berbagai elemen pelayanan yang secara langsung dirasakan konsumen, seperti:

- a. Ruang tunggu yang bersih dan nyaman, dilengkapi dengan sistem pendingin udara, tempat duduk yang memadai, dan fasilitas pendukung seperti musala dan toilet.
- b. Sistem informasi penumpang digital (digital signage, aplikasi mobile, dan layar informasi real-time di stasiun) yang akurat dan mudah dipahami.
- c. Peralatan kerja bagi petugas, seperti alat komunikasi yang andal, perangkat tiket elektronik, dan perlengkapan keamanan.
- d. Aksesibilitas untuk penyandang disabilitas, termasuk jalur khusus, elevator, dan fasilitas khusus lainnya yang masih belum merata di seluruh stasiun.
- e. Kebersihan lingkungan stasiun dan kereta yang harus dijaga secara konsisten, termasuk pengelolaan sampah dan sanitasi.

Kelengkapan dan pemeliharaan fasilitas tersebut memiliki dua dampak penting: mendukung produktivitas dan profesionalisme karyawan, serta meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen. Fasilitas yang buruk dapat menimbulkan persepsi negatif, bahkan jika aspek teknis operasional berjalan baik. Oleh karena itu, investasi pada infrastruktur layanan harus menjadi prioritas strategis.

2. Keramahan Karyawan: Interaksi Personal yang Menentukan Kesan Layanan

Di sisi lain, keramahan dan sikap profesional karyawan memiliki peranan krusial dalam membentuk persepsi kualitas layanan. Tidak jarang, interaksi langsung dengan petugas menjadi pengalaman pertama dan terakhir yang diingat oleh konsumen. Aspek yang perlu diperhatikan meliputi:

- a. Sikap sopan dan ramah dalam menyambut dan melayani konsumen, termasuk dalam kondisi padat atau saat terjadi gangguan operasional.

- b. Kemampuan komunikasi yang efektif, termasuk penggunaan bahasa yang jelas, sopan, serta kemampuan menjelaskan informasi dengan sabar.
- c. Kesigapan dalam menangani keluhan atau pertanyaan, dengan empati dan inisiatif tinggi.
- d. Pengetahuan tentang produk/jadwal layanan, sehingga petugas dapat memberikan informasi yang akurat tanpa menimbulkan kebingungan.

Untuk mendukung hal ini, PT KAI perlu mengintensifkan pelatihan soft skill, etika kerja, serta pembinaan karakter pelayanan bagi seluruh karyawan, tidak hanya yang berada di garda depan (frontliner) seperti petugas tiket dan pelayanan stasiun, tetapi juga petugas keamanan dan awak kereta. Pelatihan tersebut harus dilakukan secara berkala dan disesuaikan dengan tantangan pelayanan terkini.

3. Tantangan Nyata dan Ruang Perbaikan

Meskipun PT KAI telah menunjukkan berbagai upaya perbaikan, seperti digitalisasi layanan dan modernisasi kereta, masih ditemukan keluhan pelanggan, terutama di layanan kelas ekonomi dan stasiun-stasiun kecil di luar kota besar. Beberapa permasalahan yang muncul, antara lain:

- a. Ketidaksiapan petugas dalam menghadapi lonjakan penumpang pada jam sibuk.
- b. Kurangnya informasi yang jelas dan cepat ketika terjadi perubahan jadwal atau gangguan teknis.
- c. Fasilitas stasiun yang tidak seragam kualitasnya, antara stasiun besar dan kecil.
- d. Sikap petugas yang dianggap kurang ramah atau bahkan mengabaikan keluhan konsumen.

Permasalahan ini menunjukkan bahwa standardisasi pelayanan dan fasilitas belum merata, dan masih terdapat gap antara kebijakan pusat dengan implementasi di lapangan. Oleh karena itu, penguatan sistem pengawasan, evaluasi performa layanan, serta penghargaan terhadap karyawan berprestasi perlu dioptimalkan

4. Pentingnya Penelitian dan Evaluasi Strategis

Penelitian ini menjadi penting karena akan memberikan gambaran empiris mengenai pengaruh fasilitas kerja dan keramahan karyawan terhadap kinerja pelayanan dan kenyamanan konsumen. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat:

- a. Memberikan rekomendasi berbasis data untuk peningkatan layanan.
- b. Menjadi bahan evaluasi bagi manajemen dalam merancang strategi SDM dan pengembangan infrastruktur.
- c. Membantu perusahaan dalam menentukan prioritas investasi, baik dalam hal fisik maupun pengembangan kompetensi karyawan.
- d. Mendorong terbentuknya budaya kerja yang lebih berorientasi pada kepuasan pelanggan dan loyalitas jangka panjang.

5. Implikasi Jangka Panjang

Dengan memahami hubungan antara fasilitas kerja, keramahan karyawan, dan kualitas pelayanan, PT KAI dapat membentuk strategi pelayanan yang terintegrasi dan berkelanjutan, serta menjadikan pengalaman konsumen sebagai fokus utama transformasi perusahaan. Dalam jangka panjang, peningkatan ini akan memperkuat:

- a. Citra positif perusahaan di mata publik dan pemangku kepentingan.
- b. Kepercayaan dan loyalitas pelanggan, yang berujung pada peningkatan volume penumpang dan pendapatan.
- c. Daya saing PT KAI di era digitalisasi, terutama dibandingkan dengan moda transportasi lain seperti pesawat, bus AKAP, dan transportasi online.

Dengan demikian, investasi pada pengelolaan fasilitas dan pengembangan kualitas SDM bukan sekadar aspek pendukung, melainkan fondasi utama dalam membangun layanan transportasi publik yang unggul, manusiawi, dan berkelanjutan.

Metode Penelitian

Penelitian ini mengungkapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei online yang disebarkan kepada pengguna jasa PT KAI, khususnya pada layanan kereta api antarkota. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang menggunakan persepsi konsumen terhadap fasilitas yang tersedia, sikap karyawan, kinerja karyawan, dan kenyamanan selama menggunakan jasa transportasi dari PT KAI. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas kerja dan keramahan karyawan secara signifikan berpengaruh positif terhadap kinerja pelayanan dan kenyamanan konsumen. Fasilitas yang baik meningkatkan efisiensi pelayanan dan memberikan pengalaman perjalanan yang menyenangkan, sedangkan keramahan karyawan menciptakan hubungan emosional positif yang meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil dan Pembahasan

1. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna PT KAI

Fasilitas merupakan salah satu elemen penting yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi umum, termasuk layanan yang disediakan oleh PT Kereta Api Indonesia (PT KAI). Dalam konteks ini, fasilitas mencakup berbagai aspek fisik yang dapat langsung dirasakan oleh pengguna, seperti toilet, ruang tunggu, sistem pendingin udara (AC), kursi atau tempat duduk di ruang publik, serta kebersihan lingkungan stasiun dan gerbong kereta. Dalam sebuah survei yang melibatkan 50 responden pengguna layanan PT KAI, dilakukan penilaian terhadap kondisi dan kualitas fasilitas yang tersedia. Hasil distribusi persepsi responden adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Memadai: 4 responden (8%)
- b. Memadai: 25 responden (50%)
- c. Cukup: 16 responden (40%)
- d. Tidak Memadai: 1 responden (2%)

Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 58% responden memberikan penilaian positif terhadap fasilitas yang tersedia, yaitu berada dalam kategori “memadai” hingga “sangat memadai”. Ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna merasa bahwa fasilitas yang disediakan telah memenuhi standar kenyamanan dan layak digunakan. Sebagian besar pengguna ini mungkin merasakan kenyamanan dari adanya ruang tunggu yang bersih dan teduh, AC yang berfungsi dengan baik di dalam gerbong, kursi yang cukup dan layak di ruang tunggu maupun di dalam kereta, serta toilet yang dalam kondisi bersih dan terawat.

Namun demikian, sebanyak 40% responden memberikan penilaian “cukup”, yang berarti terdapat sejumlah fasilitas yang dinilai belum sepenuhnya optimal dalam memenuhi ekspektasi pengguna. Kategori ini bisa mencerminkan pengalaman pengguna terhadap fasilitas yang secara fungsi masih tersedia, namun kualitasnya belum

maksimal—misalnya AC yang kurang dingin, toilet yang tersedia tetapi kurang bersih, atau ruang tunggu yang tidak cukup menampung jumlah penumpang pada jam sibuk. Hal ini menjadi indikator bahwa ada gap antara ekspektasi pengguna dan kenyataan layanan yang diterima.

Lebih lanjut, 2% responden memberikan penilaian “tidak memadai”. Meskipun jumlah ini relatif kecil, namun tidak bisa diabaikan begitu saja. Penilaian ini mengindikasikan adanya kemungkinan masalah serius pada aspek tertentu dari fasilitas, seperti toilet yang tidak dapat digunakan, kerusakan pada kursi penumpang, minimnya ruang tunggu yang layak, atau bahkan lingkungan yang kotor dan tidak terawat. Kasus-kasus semacam ini dapat berdampak besar pada citra perusahaan jika tidak segera ditangani, karena pengalaman negatif yang dialami oleh sebagian kecil pengguna bisa menyebar secara luas melalui media sosial atau ulasan daring.

Kepuasan pengguna merupakan hasil dari perbandingan antara harapan awal dan pengalaman aktual yang diperoleh selama menggunakan layanan. Fasilitas yang bersih, aman, dan nyaman dapat menciptakan kesan positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Temuan dari survei ini memberikan sinyal kuat kepada manajemen PT KAI bahwa meskipun sebagian besar pelanggan sudah cukup puas, masih terdapat kebutuhan untuk perbaikan dan optimalisasi fasilitas secara menyeluruh.

- I. Audit Berkala Fasilitas: Melakukan evaluasi rutin terhadap kondisi fasilitas di seluruh stasiun dan kereta, termasuk fungsi AC, kebersihan toilet, dan kualitas kursi ruang tunggu.
- II. Peningkatan Standar Kebersihan: Menyediakan tenaga kebersihan tambahan di stasiun-stasiun besar dan gerbong, serta menyediakan perlengkapan kebersihan yang memadai.
- III. Peremajaan Infrastruktur: Mengganti atau memperbaiki fasilitas yang sudah usang atau rusak, seperti kursi, toilet, dan sistem pendingin udara.

Dengan pendekatan ini, PT KAI tidak hanya dapat menjaga kepuasan pelanggan yang sudah ada, tetapi juga berpotensi meningkatkan jumlah pengguna jasa kereta api di masa mendatang

2. Pengaruh Sikap Karyawan Terhadap Kepuasan Pengguna PT KAI

Sikap karyawan merupakan salah satu aspek krusial dalam interaksi langsung antara perusahaan jasa dan pelanggannya. Dalam industri transportasi publik seperti PT Kereta Api Indonesia (PT KAI), karyawan menjadi representasi utama perusahaan dalam memberikan pelayanan secara langsung, baik di stasiun maupun di dalam kereta. Sikap karyawan yang ramah, sopan, handal, dan cekatan tidak hanya menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna, tetapi juga memengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Berdasarkan survei terhadap 50 responden yang merupakan pengguna jasa PT KAI, dilakukan penilaian terhadap sikap karyawan yang ditemui selama proses pembelian tiket, pelayanan di stasiun, pemeriksaan tiket di dalam kereta, serta penanganan kendala atau keluhan. Distribusi hasil penilaian tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Ramah: 8 responden (16%)
- b. Ramah: 22 responden (44%)
- c. Netral: 20 responden (40%)
- d. Tidak Ramah / Buruk: 0 responden (0%)

Dari data tersebut, 56% responden menyatakan bahwa karyawan PT KAI bersikap ramah hingga sangat ramah dalam berinteraksi dengan pengguna. Ini merupakan

indikator positif bahwa sebagian besar pengguna merasa dilayani dengan sikap yang baik, penuh penghargaan, dan profesional. Sikap ramah dan sopan dari karyawan menciptakan suasana yang menyenangkan, membuat pengguna merasa dihargai dan diprioritaskan, serta meningkatkan rasa nyaman selama perjalanan. Sikap ramah ini umumnya tercermin dari kemampuan karyawan dalam menyambut penumpang dengan senyum, menggunakan bahasa yang sopan dan santun, serta bersikap responsif terhadap pertanyaan maupun permintaan bantuan. Sebagai contoh, petugas yang dengan sabar menjelaskan informasi rute, waktu keberangkatan, atau membantu penumpang lanjut usia akan meninggalkan kesan mendalam dan meningkatkan loyalitas pengguna.

Namun, terdapat 40% responden yang memberikan penilaian “netral”, yang artinya mereka tidak merasakan pengalaman interaksi yang terlalu positif maupun negatif. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa kemungkinan, seperti interaksi yang singkat dan tidak personal, karyawan yang terlihat terburu-buru atau kurang antusias, atau karena pengguna memang tidak terlalu memperhatikan sikap karyawan selama layanan berlangsung. Kategori ini menunjukkan bahwa ada ruang perbaikan dalam aspek keterlibatan emosional dan komunikasi interpersonal antara karyawan dan pengguna.

Walaupun tidak ada responden yang menilai sikap karyawan sebagai buruk, PT KAI tetap perlu mempertahankan dan meningkatkan standar pelayanan. Sebab, dalam layanan berbasis manusia seperti ini, kualitas interaksi bersifat sangat dinamis dan dapat berubah tergantung pada kondisi psikologis karyawan, tekanan kerja, serta kepadatan pengguna pada waktu tertentu. Sikap karyawan secara langsung memengaruhi pengalaman pelanggan dari awal hingga akhir perjalanan. Pelayanan yang hangat dan membantu akan meningkatkan rasa puas dan menciptakan citra positif terhadap perusahaan. Sebaliknya, jika pengguna merasa diabaikan, diperlakukan tidak sopan, atau mengalami kesulitan mendapatkan bantuan, maka kepuasan mereka akan menurun, bahkan bisa berujung pada keluhan di media sosial atau berpindah ke moda transportasi lain. Beberapa aspek sikap yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna antara lain:

- I. Kesopanan dan Etika Komunikasi: Penggunaan bahasa yang baik, tidak kasar, dan tidak menyudutkan pelanggan.
- II. Keramahan dan Empati: Karyawan yang menunjukkan kepedulian dan empati terhadap masalah yang dihadapi pengguna.
- III. Kecekatan dan Profesionalisme: Tanggap terhadap situasi darurat, cepat dalam membantu penumpang yang kesulitan, serta mampu menjawab pertanyaan dengan akurat.
- IV. Konsistensi Layanan: Semua karyawan, baik di stasiun besar maupun kecil, menunjukkan standar sikap dan pelayanan yang seragam.

Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, PT KAI akan mampu memperkuat hubungan emosional antara perusahaan dan pelanggannya, meningkatkan kepuasan secara menyeluruh, serta membangun kepercayaan publik terhadap layanan kereta api sebagai moda transportasi yang tidak hanya efisien, tetapi juga manusiawi dan berkualitas tinggi.

3. Pengaruh Kesiapa Karyawan Terhadap Layanan Kepada Konsumen

Sikap karyawan dalam memberikan layanan juga menjadi aspek penting dalam menciptakan pengalaman pengguna yang positif. Dalam survei ini, penilaian terhadap kesediaan karyawan membantu ketika pengguna membutuhkan informasi atau bantuan menunjukkan hasil sebagai berikut:

- a. Bersedia Membantu: 47 responden (94%)
- b. Tidak Bersedia Membantu: 3 responden (6%)

Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa karyawan PT KAI menunjukkan sikap yang ramah dan proaktif dalam memberikan bantuan. Hal ini mencerminkan keberhasilan dalam pembinaan dan pelatihan SDM PT KAI yang berkaitan dengan pelayanan publik. Sikap ramah, tanggap, dan informatif dari karyawan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan penumpang, terutama dalam situasi seperti bertanya arah, bantuan saat membeli tiket, atau menghadapi kendala di dalam kereta. Namun, keberadaan 6% responden yang merasa tidak dibantu perlu menjadi perhatian. Hal ini bisa mencerminkan kasus khusus, seperti kekurangan petugas di jam sibuk atau ketidaksiapan dalam menghadapi pertanyaan tertentu. Maka dari itu, dibutuhkan evaluasi dan pelatihan lanjutan untuk memastikan standar pelayanan tetap tinggi dan merata di seluruh area layanan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa fasilitas kerja yang memadai memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja pelayanan, sementara keramahan dan profesionalisme karyawan turut berkontribusi terhadap terciptanya kenyamanan konsumen. Kedua faktor tersebut secara simultan membentuk kualitas layanan yang lebih menyeluruh serta memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan. Temuan ini sekaligus menegaskan pentingnya pengelolaan fasilitas yang tersedia secara optimal serta peningkatan pelatihan sumber daya manusia di PT KAI sebagai strategi utama untuk menghadirkan layanan transportasi publik yang handal, cekatan, aman, dan nyaman. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen dalam merumuskan kebijakan peningkatan kualitas layanan yang selaras dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

Implikasi

Implikasi dari pengaruh fasilitas kerja dan keramahan karyawan terhadap kinerja dan kenyamanan konsumen di PT KAI:

1. Implikasi bagi PT KAI (Perusahaan)

a. Peningkatan Kinerja Operasional

Fasilitas kerja yang baik bukan sekadar pelengkap, melainkan fondasi produktivitas karyawan. Di PT KAI, hal ini mencakup:

1. Ruang kerja ergonomis dan terstandar: Kantor administrasi, pos pelayanan stasiun, dan ruang operasional yang bersih, ber-AC, dan dilengkapi dengan sarana teknologi seperti komputer modern, jaringan internet cepat, serta sistem pemantauan operasional secara real-time.
2. Digitalisasi sistem kerja: Penggunaan aplikasi internal untuk jadwal kerja, pelaporan gangguan, dan monitoring kinerja membuat proses kerja lebih efisien dan minim kesalahan manual.
3. Sarana dan prasarana kerja lapangan yang memadai: Termasuk peralatan keamanan bagi petugas di lintas rel, perlengkapan kebersihan, serta sistem komunikasi yang cepat antara petugas dan pusat kontrol.

Implikasi positifnya:

1. Pengambilan keputusan lebih cepat dan tepat.
 2. Penurunan angka kesalahan operasional.
 3. Karyawan lebih fokus dan memiliki kepuasan kerja yang tinggi, yang pada akhirnya berdampak pada layanan yang lebih baik untuk konsumen.
 - b. Peningkatan Kualitas Layanan
Keramahan karyawan PT KAI memainkan peran kunci dalam membangun hubungan dengan penumpang. Sikap profesional, sopan, dan empatik dari karyawan mencerminkan budaya perusahaan.
Contohnya:
 1. Petugas stasiun yang menyapa penumpang dengan senyum dan bahasa yang ramah.
 2. Pramugari kereta yang proaktif menawarkan bantuan kepada lansia, ibu hamil, atau penumpang difabel.
 3. Karyawan customer service yang cepat tanggap menyelesaikan keluhan, baik langsung maupun melalui platform digital.Dengan keramahan ini, konsumen merasa diperhatikan secara personal. Implikasi langsungnya adalah:
 1. Peningkatan kepuasan konsumen.
 2. Konsumen lebih toleran terhadap gangguan layanan (seperti keterlambatan), karena merasakan empati dan kesungguhan dari pihak perusahaan.
 - c. Meningkatkan Loyalitas dan Citra Perusahaan
Ketika pelayanan dan fasilitas dirasakan konsisten baik oleh konsumen, PT KAI tidak hanya dilihat sebagai penyedia transportasi, tetapi juga sebagai mitra perjalanan yang andal dan menyenangkan.
Dampaknya:
Word of mouth positif: Konsumen akan merekomendasikan layanan PT KAI kepada orang lain.
2. Implikasi bagi Konsumen
 - a. Kenyamanan dalam Menggunakan Jasa
Konsumen kini tidak hanya mencari kecepatan dan ketepatan waktu, tetapi juga pengalaman perjalanan yang menyenangkan.
Contoh implementasi PT KAI:
 1. Stasiun dengan fasilitas lengkap: toilet bersih, musala, ruang tunggu ber-AC, serta aksesibilitas untuk disabilitas.
 2. Kereta yang bersih, rapi, dan aman: adanya CCTV, kursi nyaman, pencahayaan memadai, dan Wi-Fi.Dampaknya:
 1. Penumpang lebih rileks dan puas selama menunggu atau dalam perjalanan.
 2. Rasa stres berkurang, apalagi untuk perjalanan jarak jauh atau dengan anak-anak.
 - b. Meningkatkan Kepercayaan
Keramahan karyawan menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan emosional. Ketika penumpang merasa diperhatikan secara personal, mereka akan lebih percaya pada sistem dan kebijakan perusahaan, seperti:
 1. Prosedur refund.
 2. Penanganan keluhan.
 3. Komunikasi ketika terjadi gangguan perjalanan.

4. Kepercayaan ini penting dalam momen-momen krisis atau pelayanan darurat, karena membuat konsumen tetap loyal meski ada masalah.
- c. Pengalaman Perjalanan yang Lebih Positif
Kereta api bukan lagi sekadar moda transportasi, melainkan bagian dari pengalaman. Keramahan karyawan dan fasilitas modern menciptakan kenangan positif yang akan memengaruhi pilihan moda transportasi ke depannya.
Contoh dampak langsung:
 1. Wisatawan domestik dan mancanegara akan lebih memilih kereta api untuk wisata, seperti rute Bandung, Yogyakarta, atau Surabaya.
 2. Meningkatnya jumlah penumpang di kelas eksekutif dan priority, karena dianggap memberikan layanan premium.
3. Implikasi Jangka Panjang
 - a. Dorongan untuk Inovasi Layanan
 1. Investasi di fasilitas kerja dan pelatihan karyawan mendorong:
 2. Pengembangan aplikasi digital konsumen (seperti KAI Access) yang terus ditingkatkan.
 3. Layanan berbasis personalisasi, seperti chatbot interaktif atau kondektur digital.
 4. Pelatihan berkelanjutan untuk semua lini layanan, dari petugas kebersihan hingga manajer operasional.
 - b. Peningkatan Daya Saing
Dalam menghadapi kompetitor seperti pesawat, bus, hingga layanan ride-hailing, PT KAI memiliki keunggulan:
 1. Keamanan lebih tinggi.
 2. Tidak terpengaruh cuaca (seperti pesawat).
 3. Harga kompetitif dengan layanan yang nyaman.
 4. Dengan pelayanan yang unggul, konsumen akan tetap memilih PT KAI meski harga bersaing.
 - c. Pertumbuhan Penumpang dan Pendapatan
 1. Kepuasan konsumen menjadi kunci pertumbuhan:
 2. Meningkatnya repeat order dan frekuensi penggunaan jasa.
 3. Peluang ekspansi rute dan layanan, termasuk kelas baru atau kereta pariwisata.
 4. Diversifikasi pendapatan, seperti dari layanan kargo, logistik, dan iklan digital di dalam kereta.

Implikasi dari fasilitas kerja yang baik dan keramahan karyawan tidak bisa dipandang sebelah mata. Keduanya membentuk ekosistem layanan yang saling mendukung antara perusahaan dan konsumen. PT KAI yang mengoptimalkan kedua aspek ini tidak hanya meningkatkan efisiensi internal, tetapi juga membangun loyalitas konsumen dan memperkuat daya saing di industri transportasi nasional. Hal ini menciptakan siklus positif yang berkelanjutan: karyawan yang bahagia melayani dengan lebih baik, konsumen yang puas menjadi pelanggan setia, dan perusahaan tumbuh secara sehat dan berkelanjutan.

Rekomendasi

Berdasarkan temuan di atas, penulis merekomendasikan:

1. Standarisasi fasilitas stasiun dan kereta untuk menjamin kesetaraan layanan di seluruh wilayah operasi PT KAI.

2. Meningkatkan pelatihan pelayanan pelanggan bagi seluruh karyawan, terutama yang bersinggungan langsung dengan penumpang (frontliner), termasuk pelatihan dalam situasi darurat dan menghadapi keluhan.
3. Mengembangkan sistem umpan balik berbasis digital agar konsumen dapat memberikan masukan secara real-time.
4. Mengimplementasikan program reward dan recognition bagi karyawan yang menunjukkan performa pelayanan yang luar biasa sebagai bentuk apresiasi dan motivasi kerja.
5. Melakukan evaluasi layanan berbasis data setiap kuartal untuk memantau perkembangan kualitas layanan dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan

Keterbatasan Penelitian

1. Jumlah sampel terbatas dan diperoleh secara online, sehingga tidak mewakili seluruh segmentasi pengguna, khususnya dari kalangan usia lanjut atau pengguna yang tidak aktif secara digital.
2. Responden hanya diambil dari penumpang jarak menengah dan jauh, tidak mencakup pengguna KRL atau layanan lokal lainnya.
3. Penelitian ini hanya menguji dua variabel bebas; sementara dalam kenyataan, kualitas layanan dipengaruhi juga oleh variabel lain seperti harga tiket, waktu tempuh, keamanan, dan kebijakan perusahaan.
4. Metode kuantitatif tidak sepenuhnya menangkap dimensi emosional atau naratif yang lebih kaya, yang bisa ditelusuri melalui pendekatan kualitatif.

Referensi

- Elisa, E. H. M., & Yusrizal, Y. (2024). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Oto Car Wash di Kota Dumai. *Jurnal ARTI (Aplikasi Rancangan Teknik Industri)*, 19(2), 183–189. <https://doi.org/10.52072/arti.v19i2.1103>
- Fitra, F., Sijabat, R., & Yusrizal, Y. (2025). Analisis Pengendalian Kualitas Usaha Dagang Batako Rafli Menggunakan Metode Six Sigma. *Jurnal ARTI (Aplikasi Rancangan Teknik Industri)*, 20(1), 17–24. <https://doi.org/10.52072/arti.v1i20.1121>
- Fitra, F. (2017). Pengukuran Kinerja Karyawan PT X di Kota Dumai. *JURNAL UNITEK*, 10(1), 26–33. <https://doi.org/10.52072/unitek.v10i1.68>
- Fitra, F., & Ulfah Yurika Gultom, T. . (2018). Pengaruh Pelatihan (Training) dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja (Performance) Karyawan di PT Kreasijaya Adhikarya. *JURNAL UNITEK*, 10(2), 21–31. <https://doi.org/10.52072/unitek.v10i2.81>
- Fitra, F. (2017). Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Puskesmas Purnama Kecamatan Dumai Barat Kota Dumai. *JURNAL UNITEK*, 9(2), 9–15. <https://doi.org/10.52072/unitek.v9i2.58>
- Irvani, A. ., Arif, M., & Rahmi, H. . (2021). Kepuasan Pengguna Wika Solar Water Heater Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index Pada CV Vania Jaya Plumbing. *Jurnal ARTI (Aplikasi Rancangan Teknik Industri)*, 16(2), 130–139. <https://doi.org/10.52072/arti.v16i2.257>

- Mesra, T. (2017). Pengaruh Kepuasan Pasien Terhadap Tingkat Pelayanan Puskesmas Medang Kampai Dengan Menggunakan Metode Kano. JURNAL UNITEK, 9(2), 61–68. <https://doi.org/10.52072/unitek.v9i2.65>
- Natasya Dyah Maharani, Anisa Rahma Hakiki, Farah Yulvaniya, Rizky Saepulloh, & Widya Setiafindari. (2025). Analisis Pengendalian Kualitas Tempe Menggunakan Six Sigma-DMAIC Di UMKM Tempe Pak Dwi dan Her. Jurnal ARTI (Aplikasi Rancangan Teknik Industri), 20(1), 34–45. <https://doi.org/10.52072/arti.v1i20.1205>
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Peraturan Direksi PT KAI tentang Standar Pelayanan Minimal (2023).
- Data primer: Kuesioner pengguna PT KAI yang dikumpulkan melalui Google Forms (2025).