

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi transportasi saat ini melaju sangat pesat yang mengakibatkan persaingan dalam penyediaan jasa transportasi ini semakin ketat. Hampir diseluruh belahan dunia dalam menjalankan aktivitas keseharian seseorang memerlukan sarana dan prasarana pendukung agar tujuannya berjalan dengan baik. Sarana dan prasarana pendukung tersebut salah satunya adalah transportasi. Setiap penyedia jasa transportasi tersebut memiliki tujuan yaitu agar tercapainya kemudahan dan kepuasan masyarakat luas sebagai konsumen dalam menggunakan jasa transportasi yang sangat penting bagi kehidupan.

Transportasi adalah pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Pada zaman seperti sekarang ini, transportasi masih menjadi andalan dan menjadi barang yang dianggap sangat penting untuk melakukan mobilitas.

Seperti yang diketahui, pengelompokkan transportasi tidak hanya di darat saja. Di Indonesia, transportasi terbagi ke dalam beberapa jenis mulai dari transportasi darat, laut, udara hingga kereta api. Namun, transportasi darat merupakan moda transportasi yang paling dominan di Indonesia dibandingkan moda transportasi lainnya seperti transportasi udara dan transportasi laut, hal ini

diperkuat dengan data PDB pada sektor transportasi dan pergudangan atas dasar harga konstan dan laju pertumbuhannya tahun 2019-2021:

Tabel 1.1
PDB Atas Dasar Harga Konstan 2010 dan Laju Pertumbuhannya pada Sektor Transportasi dan Pergudangan (2019-2021) (Miliar Rupiah)

Transportasi dan Pergudangan						
No	Lapangan Usaha	2019	Pertumbuhan	2020	Pertumbuhan	2021
1	Angkutan Darat	262.208,10	-5,34%	248.208,00	4,55%	259.493,20
2	Pergudangan dan Jasa Penunjang Angkutan; Pos dan Kurir	76.713,00	-17,61%	63.203,20	5,03%	66.379,80
3	Angkutan Udara	69.926,90	-53,06%	32.826,90	-8,01%	30.198,90
4	Angkutan Laut	37.865,40	-4,52%	36.153,20	2,89%	37.196,60
5	Angkutan Sungai, Danau, dan Penyebrangan	12.212,20	-13,00%	10.624,60	-0,42%	10.580,00
6	Angkutan Rel	4.200,30	-42,34%	2.422,00	-3,42%	2.339,10
Total		463.125,90	-15,05%	393.437,90	3,24%	406.187,60

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Mengacu pada Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa pada sektor transportasi dan pergudangan sub sektor angkutan darat menjadi yang paling dominan jika dibandingkan dengan sub sektor lain dengan PDB senilai Rp.262.208,1 miliar pada tahun 2019 dan sempat mengalami penurunan sebesar 5,34% pada tahun 2020 menjadi Rp.248.208 miliar, dan meningkat kembali sebesar 4,55% pada tahun 2021 menjadi Rp.259.493,2.

Angkutan darat menjadi moda transportasi yang paling banyak digunakan dalam melakukan mobilitas, khususnya pemenuhan mobilitas dalam kota maupun antar kota. Transportasi darat yang terdiri dari berbagai jenis merupakan pilihan utama masyarakat dalam melakukan perpindahan antar kota besar dikarenakan Indonesia memiliki kota yang rata-rata terhubung dengan jalur darat hal tersebut

menjadi alasan mengapa mobilitas penduduk banyak menggunakan transportasi darat.

Jawa Barat merupakan salah satu daerah di Indonesia dengan mobilitas penduduk yang tinggi setelah Jakarta. Hal tersebut terjadi karena Jawa Barat memiliki lalu lintas penduduk yang tinggi dengan jumlah penduduk yang besar. Selain Jakarta, terdapat beberapa provinsi lainnya yang memiliki jumlah penduduk tinggi yang dapat dilihat pada data yang peneliti sajikan berikut ini:

Tabel 1.2
Tujuh Provinsi dengan Jumlah Penduduk Terbesar di Indonesia (2019-2021)

No	Nama Provinsi	Jumlah Penduduk (Jiwa)				
		2019	Pertumbuhan	2020	Pertumbuhan	2021
1.	Jawa Barat	46.092.205	2,28%	47.142.623	2,29%	48.220.094
2.	Jawa Timur	40.963.227	0,20%	41.044.406	0,05%	41.063.094
3.	Jawa Tengah	36.896.752	0,56%	37.103.535	0,56%	37.313.063
4.	Sumatera Utara	15.032.170	0,69%	15.136.522	0,70%	15.242.297
5.	Banten	11.042.523	5,39%	11.637.637	3,38%	12.030.892
6.	DKI Jakarta	11.100.929	1,31%	11.246.067	0,14%	11.261.595
7.	Sulawesi Selatan	9.175.971	0,18%	9.192.621	0,28%	9.218.736

Sumber: Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia (KEMENDAGRI)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa provinsi Jawa Barat menjadi provinsi dengan penduduk terbesar di Indonesia dengan jumlah penduduk yang mencapai 46.092.205 jiwa. Dengan jumlah penduduk yang semakin banyak maka kebutuhan akan sarana transportasi pun akan semakin meningkat. Hal tersebut mengharuskan tersedianya sistem transportasi publik yang dapat memudahkan mobilitas penduduk di Jawa Barat.

Dalam penyediaan sistem transportasi publik, faktor kepadatan penduduk menjadi faktor lain yang perlu diperhatikan. Menurut Siti Aminah (2018) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa kemampuan transportasi publik melayani kebutuhan masyarakat dipengaruhi juga oleh kepadatan penduduk dalam suatu

wilayah. Hal itu terjadi karena semakin tinggi tingkat kepadatan penduduk maka semakin diperlukan pula penyediaan transportasi publik. Ketika suatu wilayah memiliki kepadatan penduduk yang tinggi, maka pelayanan transportasi publik harus semakin banyak, hal ini diperlukan dalam upaya membantu kelancaran kegiatan mobilitas masyarakat. Berikut ini adalah data kepadatan penduduk dari sepuluh kabupaten/kota terpadat di Provinsi Jawa Barat tahun 2021:

Tabel 1.3
Sepuluh Kabupaten/Kota Terpadat di Provinsi Jawa Barat Tahun 2021

No	Nama Kabupaten/Kota	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Luas Wilayah (km ²)	Kepadatan Penduduk (Jiwa/km ²)
1	Kota Bandung	2.527.854	167,67	15.076
2	Kota Cimahi	560.746	39,27	14.279
3	Kota Bekasi	2.468.448	206,61	11.947
4	Kota Depok	1.893.321	200,29	9.452
5	Kota Bogor	1.091.396	118,5	9.210
6	Kota Cirebon	343.667	37,36	9.198
7	Kota Sukabumi	353.631	48,25	7.329
8	Kota Tasikmalaya	731.606	171,61	4.263
9	Kabupaten Bekasi	3.022.787	1.224,88	2.469
10	Kabupaten Cirebon	2.365.048	984,52	2.402

Sumber: Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia (KEMENDAGRI)

Berdasarkan Tabel 1.3 terlihat bahwa Kota Bandung menjadi kota dengan jumlah penduduk tertinggi yaitu dengan jumlah 15.076 jiwa per km². Kota dengan jumlah penduduk tertinggi selanjutnya yaitu Kota Cimahi dengan jumlah 14.279 jiwa per km² lalu Kota Bekasi dengan jumlah 11.947 per km².

Kota Bandung dikenal sebagai salah satu kota Metropolitan yang ada di Indonesia dan dikenal sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat yang mempunyai aktivitas Kota yang cukup besar. Hal ini disebabkan karena Kota Bandung

merupakan pusat dari berbagai aspek kegiatan, dimulai dari pusat perdagangan bisnis, pusat pendidikan, maupun sebagai pusat destinasi pariwisata di Jawa Barat. Banyaknya kegiatan yang dilakukan di kota kembang ini, menyebabkan Kota Bandung menjadi salah satu kota terpadat di Jawa Barat.

Kota dengan jumlah penduduk tinggi tersebut mengalami pertumbuhan penduduk yang disebabkan oleh penambahan atau pengurangan jumlah penduduk akibat adanya kelahiran (natalitas), kematian (mortalitas), dan perpindahan penduduk (migrasi). Kota yang dijuluki *Paris Van Java* ini atau kota Bandung menjadi kota terpadat sekaligus kota dengan jumlah penduduk tertinggi di Provinsi Jawa Barat dan pertumbuhan penduduk tersebut akan selalu terjadi peningkatan setiap tahunnya. Untuk mengetahui pertumbuhan penduduk di kota Bandung maka peneliti sajikan data jumlah penduduk Kota Bandung dari tahun 2017 sampai dengan 2021:

Tabel 1.4
Jumlah Penduduk Kota Bandung Tahun 2017-2021

No.	Tahun	Satuan	Jumlah Penduduk	Kenaikan	Pertumbuhan
1.	2017	Jiwa	2.412.458	-	-
2.	2018	Jiwa	2.452.179	39.721	1,64%
3.	2019	Jiwa	2.480.464	28.285	1,15%
4.	2020	Jiwa	2.500.965	20.501	0,81%
5.	2021	Jiwa	2.527.854	26.889	1,06%

Sumber: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Bandung

Berdasarkan pada tabel 1.4 menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang ada di Kota Bandung setiap tahunnya terus mengalami peningkatan walau hanya mengalami peningkatan yang kecil dan tidak terlalu signifikan. Penyebab padatnya penduduk Kota Bandung adalah karena adanya fertilisasi (kelahiran) dan

mortalitas (kematian) penduduk. Selain itu, banyak penduduk dari luar kota yang bermigrasi ke Kota Bandung dengan berbagai macam tujuan, seperti pendidikan dan pekerjaan.

Besarnya penduduk dari suatu wilayah dapat mempengaruhi pendapatan suatu kabupaten/kota. Pendapatan ekonomi tersebut dapat berasal dari beragam sektor usaha. Berikut data PDB atas dasar harga konstan 2010 menurut lapangan usaha di Kota Bandung tahun 2019 hingga tahun 2021:

Tabel 1.5
PDRB Atas Dasar Harga Konstan 2010 dan Laju Pertumbuhannya Menurut Lapangan Usaha di Kota Bandung Tahun 2019-2021 (Miliar Rupiah)

No.	Lapangan Usaha	2019	Pertumbuhan	2020	Pertumbuhan	2021
A.	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	186,18	-6,70%	173,71	-1,00%	171,98
B.	Pertambangan dan Penggalian	-	-	-	-	-
C.	Industri Pengolahan	38.122,86	0,21%	38.204,35	2,73%	39.247,99
D.	Pengadaan Listrik dan Gas	173,32	-8,21%	159,09	6,07%	168,74
E.	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	272,35	7,71%	293,36	7,66%	315,84
F.	Konstruksi	17.476,15	-8,68%	15.959,04	4,53%	16.681,87
G.	Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	55.965,70	-9,93%	50.409,94	2,70%	51.772,63
H.	Transportasi dan Pergudangan	14.384,05	-23,61%	10.897,44	-2,10%	10.756,43
I.	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	9.889,47	-18,25%	8.804,90	1,17%	8.179,17
J.	Informasi dan Komunikasi	26.766,24	32,26%	35.402,32	9,81%	38.875,29
K.	Jasa Keuangan dan Asuransi	10.317,70	2,27%	10.551,96	1,72%	10.733,59
L.	Real Estat	2.483,53	1,22%	2.513,83	9,72%	2.758,09
M N.	Jasa Perusahaan	1.615,61	-10,72%	1.442,42	5,13%	1.516,41
O.	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	4.401,29	-3,04%	4.267,39	-0,36%	4.252,02
P.	Jasa Pendidikan	6.126,38	4,46%	6.339,91	1,07%	6.468,39
Q.	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	2.076,93	-5,77%	1.957,09	8,89%	2.131,10
R S T U.	Jasa Lainnya	7.385,14	-14,18%	6.338,20	0,73%	6.384,47
	Produk Domestik Regional Bruto	197.642,89	-2,28%	193.144,95	3,76%	200.414,03

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung

Berdasarkan data yang terdapat pada Tabel 1.5 dapat diketahui sektor transportasi dan pergudangan merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi yang cukup besar bagi pendapatan Kota Bandung. Namun sektor transportasi dan pergudangan juga mengalami kontraksi terparah pada tahun 2021

dengan -2,10% menjadi Rp. 10.756,43 miliar dari sebelumnya Rp. 10.987,44 miliar pada tahun 2020. Hal tersebut menunjukkan bahwa sektor transportasi dan perdagangan perlu diperhatikan lebih dalam oleh pemerintah.

Pertumbuhan jumlah penduduk yang terus meningkat akan mendorong tingginya pergerakan mobilitas penduduk. Banyaknya mobilitas penduduk ini dapat meningkatkan kebutuhan akan transportasi sebagai penunjang kegiatan tersebut terutama untuk mobilitas yang dilakukan sehari-hari atau mobilitas non-permanen. Oleh karena itu, transportasi menjadi hal penting yang diperlukan dalam kegiatan mobilitas penduduk dan jasa transportasi telah menjadi kebutuhan dasar masyarakat untuk memenuhi kebutuhan aktivitas produksi, konsumsi dan distribusi sehari-hari.

Selain faktor yang telah dijelaskan pada halaman sebelumnya, kota Bandung memiliki luas wilayah hanya sebesar 167,67 km² yang menyebabkan kepadatan penduduk Kota Bandung menjadi tinggi. Hal tersebut menguatkan perlu adanya sistem transportasi publik yang bisa memudahkan dan melancarkan kegiatan mobilitas penduduk sehari-hari.

Transportasi publik merupakan komponen utama dalam sistem hidup dan kehidupan, sistem pemerintahan, dan sistem kemasyarakatan. Kondisi sosial demografis wilayah memiliki pengaruh terhadap kinerja transportasi di wilayah tersebut. Tingkat kepadatan penduduk akan memiliki pengaruh signifikan terhadap kemampuan transportasi melayani kebutuhan masyarakat. Di perkotaan, kecenderungan yang terjadi adalah meningkatnya jumlah penduduk yang tinggi karena tingkat kelahiran maupun urbanisasi (Siti Aminah,2018). Ketika suatu

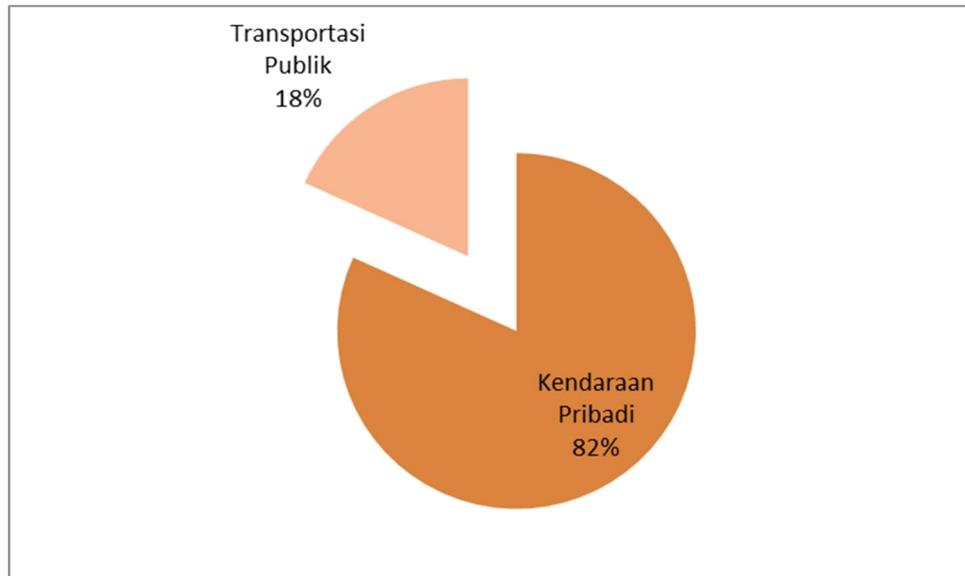
wilayah memiliki kepadatan penduduk yang tinggi, maka pelayanan transportasi publik harus semakin banyak, hal ini diperlukan dalam upaya membantu kelancaran kegiatan mobilitas masyarakat.

Jumlah penduduk yang tinggi dan padat menyebabkan mobilitas penduduk menjadi semakin tinggi pula dan kemudian bisa meningkatkan volume lalu lintas di jalanan sehingga akan mengakibatkan adanya kemacetan lalu lintas. Kemacetan lalu lintas menjadi salah satu permasalahan di Indonesia, aktivitas masyarakat bisa terhambat oleh adanya kemacetan. Menurut Kepala Badan Pengelola Transportasi Jakarta (BPTJ), Polana B. Pramesti dikutip dari voi.id, kemacetan di enam kota besar di Indonesia menyebabkan kerugian ekonomi yang bisa mencapai Rp.71,4 triliun per tahun yang diakibatkan dari pemborosan bahan bakar dan waktu yang terbuang sia-sia. Kota Bandung termasuk salah satu dalam enam kota besar tersebut selain Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Tangerang dan Bekasi), Medan, Semarang, Surabaya, dan Makassar.

Penggunaan sarana transportasi publik menjadi salah satu upaya dalam mengatasi kemacetan. Karena semakin banyak masyarakat yang menggunakan transportasi publik, maka jumlah kendaraan pribadi yang berlalu-lalang di jalanan akan berkurang. Terlebih lagi jika transportasi publik yang digunakannya adalah kendaraan berukuran besar seperti kereta api sehingga akan lebih optimal dalam mengurangi jumlah kendaraan di jalan raya.

Pengguna transportasi publik di Kota Bandung untuk saat ini masih sangat rendah, banyak masyarakat di Kota Bandung yang belum menggunakan jasa

transportasi publik. Berikut ini adalah data grafik pengguna kendaraan pribadi dan pengguna transportasi publik di Kota Bandung tahun 2021:



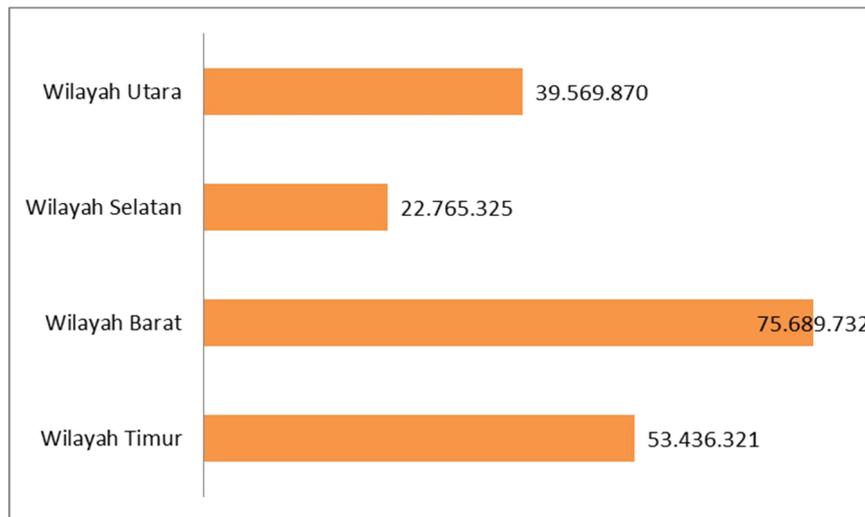
Sumber: Dinas Perhubungan Kota Bandung

Gambar 1.1
Data Grafik Pengguna Transportasi Kendaraan Pribadi dan Pengguna
Transportasi Publik di Kota Bandung Tahun 2021

Berdasarkan Gambar 1.1 yang telah peneliti sajikan dapat diketahui bahwa rasio pengguna kendaraan pribadi dan pengguna transportasi publik di Kota Bandung sangatlah timpang. Terdapat perbedaan yang cukup jauh dengan gap mencapai 64%. Hal tersebut membuktikan bahwa memang untuk saat ini jalan raya di Kota Bandung masih dikuasai oleh pengguna kendaraan pribadi.

Penduduk Kota Bandung sendiri banyak yang pergi ke luar kota dengan tujuan yang beragam salah satunya pendidikan dan pekerjaan atau hal lain sebagainya sesuai dengan yang sudah peneliti jelaskan pada paragraf sebelumnya. Bagaimana pun mobilitas memerlukan sarana dan prasana yang memadai agar kegiatan mobilitas tersebut menjadi lancar. Berknaan dengan hal tersebut dapat

dilihat pula mobilitas pergerakan orang yang akan pergi ke luar Kota Bandung berdasarkan pada data yang diperoleh dari Dinas Perhubungan Kota Bandung pada Gambar 1.2 yang disajikan di bawah ini:



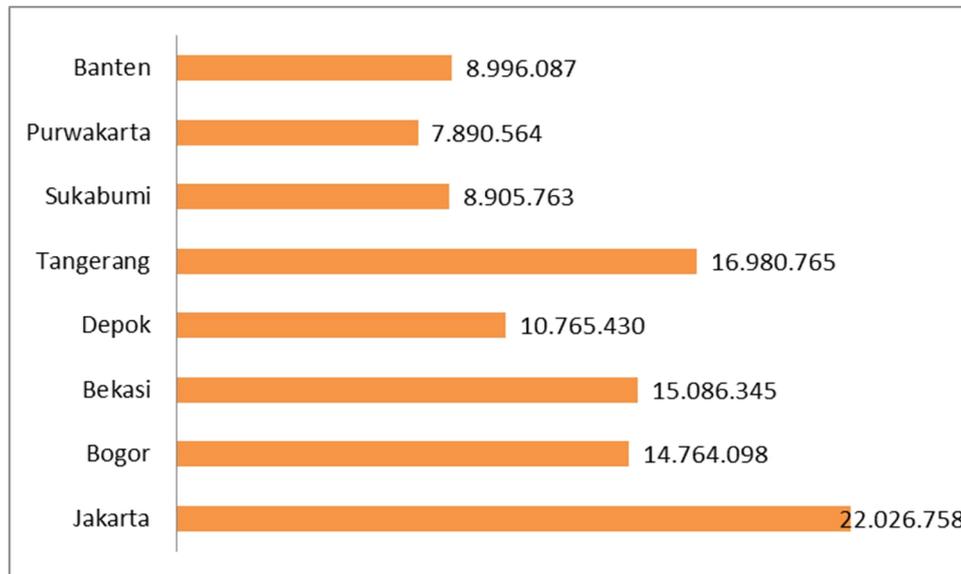
Sumber: Dinas Perhubungan Kota Bandung

Gambar 1.2
Mobilitas Pergerakan Masyarakat Bandung Ke Luar Kota Tahun 2021

Berdasarkan gambar 1.2 di atas peneliti mendapat informasi dari Dinas Perhubungan Kota Bandung mengenai jumlah mobilitas pergerakan masyarakat Bandung yang pergi ke luar kota, dari data yang peneliti dapatkan tersebut dapat dilihat bahwa mobilitas pergerakan masyarakat Bandung ke luar kota dibagi ke dalam empat titik persebaran wilayah yaitu Wilayah Barat, Wilayah Timur, Wilayah Selatan dan Wilayah Utara.

Sesuai dengan data yang telah diinformasikan di atas juga dapat dilihat bahwa jumlah tertinggi mobilitas pergerakan masyarakat kota Bandung cenderung lebih banyak pergi ke Wilayah Barat dengan jumlah masyarakat sebesar 75.689.732 juta orang. Wilayah Barat dari Kota Bandung tersebut diantaranya

DKI Jakarta, Kota Bekasi, Tangerang, Bogor, Depok, Sukabumi, Purwakarta dan Banten.



Sumber: Dinas Perhubungan Kota Bandung

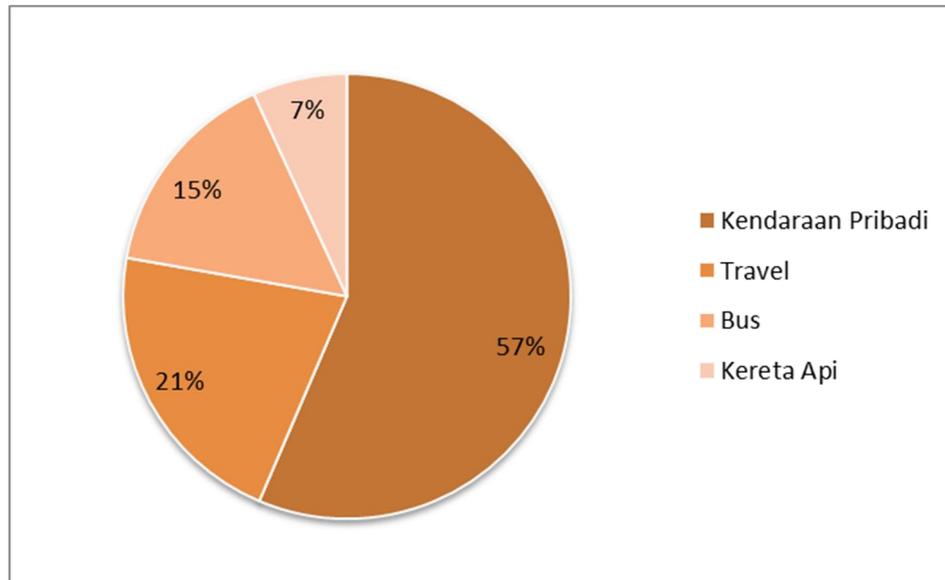
Gambar 1.3

Mobilitas Masyarakat Bandung Berdasarkan Wilayah Daerah Tahun 2021

Berdasarkan Gambar 1.3 terlihat bahwa Jakarta menjadi salah satu daerah yang banyak dikunjungi oleh masyarakat Bandung untuk melakukan kegiatan mobilitas baik itu untuk pekerjaan, pendidikan maupun kegiatan sosial lainnya. Tingginya tingkat transmigrasi di kota-kota besar juga akan berimplikasi pada peningkatan kebutuhan dalam melakukan mobilitas atau pergerakan. Kelancaran pergerakan (akseibilitas) akan melahirkan suatu kelancaran bagi pertukaran kebutuhan penduduk dan akhirnya pada percepatan ekonomi terhadap beberapa pilihan moda transportasi pada pengguna sarana angkutan umum penumpang.

Mayoritas masyarakat yang berencana pergi ke luar kota dengan rute Bandung-Jakarta lebih memilih Kendaraan Pribadi sebagai moda transportasi

favorit. Itu tercermin dari jumlah persentase responden sebesar 57%. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.4 berikut:



Sumber: Dinas Perhubungan Kota Bandung

Gambar 1.4
Moda Transportasi Pilihan Masyarakat Untuk Rute Bandung-Jakarta
Tahun 2021

Moda transportasi pilihan masyarakat selanjutnya yaitu Travel dengan jumlah persentase responden sebesar 21%, diikuti moda transportasi Bus dengan jumlah persentase responden sebesar 15%. Namun berbeda halnya dengan moda transportasi Kereta Api, moda transportasi tersebut berada pada urutan akhir dengan jumlah persentase responden sebesar 7%. Jika melihat dari persentasi keseluruhan, untuk keempat moda transportasi tersebut yaitu kendaraan pribadi, travel, dan bus memiliki persentase yang tinggi dan berbeda halnya dengan transportasi kereta api yang memiliki persentase rendah.

Berbagai alasan yang memungkinkan kendaraan pribadi lebih dipilih masyarakat dalam bertransportasi, yakni dimulai dari bebas berangkat kapanpun

karena tidak perlu takut tidak mendapatkan kendaraan umum sehingga dapat sampai ke tempat dengan tepat waktu. Lebih nyaman karena tidak perlu berdesak-desakan dengan penumpang yang lainnya. Selain itu dapat memudahkan perjalanan, sehingga dapat bebas bepergian kemanapun dan lebih menghemat pengeluaran, karena dalam sekali mengisi bensin dapat digunakan dua bahkan sampai 3 hari untuk pulang dan pergi, apalagi jika dalam sekali perjalanan yang pergi dalam satu keluarga lebih dari 1 orang akan lebih hemat dengan menggunakan kendaraan pribadi.

Alasan lainnya kenapa masyarakat lebih banyak menggunakan kendaraan pribadi yaitu bisa menggunakan akses melalui jalan tol, sejak dibangun jalan Tol Cipularang yang mulai beroperasi pada tahun 2005 hal ini membuat permintaan angkutan jalan raya semakin meningkat. Dengan adanya akses jalan Tol Cipularang, waktu tempuh Bandung-Jakarta rata-rata hanya 2-3 jam, jauh lebih cepat dibandingkan sebelumnya yang harus ditempuh dengan waktu lebih dari 3 jam. Adapun data yang dapat peneliti sajikan yaitu jumlah penumpang kereta api selama lima periode ke belakang dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.6
Jumlah Penumpang Kereta Api Pada Tahun 2017-2021

No.	Tahun	Jumlah Penumpang KA	Pertumbuhan
1.	2017	15.869.588	-
2.	2018	17.766.794	11,95%
3.	2019	19.562.255	10,10%
4.	2020	8.762.482	-55,20%
5.	2021	6.646.729	-24,14%

Sumber: PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 2 Bandung, 2022

Dari uraian data pada tabel 1.6 tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah penumpang cenderung fluktuatif dari tahun ke tahun yang mana tahun 2019 adalah jumlah penumpang paling banyak yaitu 19.562.255 penumpang dari lima periode ke belakang, dan jumlah penumpang paling sedikit yaitu pada tahun 2021 dengan jumlah 6.646.729 penumpang.

Untuk moda transportasi Kereta Api yang melayani rute Bandung-Jakarta yaitu Kereta Api Serayu dan Kereta Api Argo Parahyangan, berikut data jumlah penumpang per masing-masing kereta dari tahun 2017-2021:

Tabel 1.7
Jumlah Penumpang Kereta Api Serayu dan Kereta Api Argo Parahyangan
Pada Tahun 2017-2021

Tahun	Argo Parahyangan	Pertumbuhan	Serayu	Pertumbuhan
2017	1.361.486	-	293.074	-
2018	2.368.139	73,93%	349.414	19,22%
2019	2.389.384	0,89%	417.455	19,47%
2020	409.670	-82,85%	135.094	-67,63%
2021	135.780	-66,85%	99.587	-26,28%

Sumber: PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 2 Bandung, 2022

Turunnya jumlah penumpang pada moda transportasi kereta api yang melayani rute Bandung-Jakarta, menyebabkan sedikit kerugian pada pendapatan PT. Kereta Api (Persero). Salah satu penyebab mengapa terjadi penurunan persentase jumlah penumpang dikarenakan adanya kebijakan baru untuk sistem pemesanan tiket kereta api yang membuat konsumen mengeluhkan akan hal tersebut, dengan adanya kebijakan tersebut langkah-langkah yang harus dilalui oleh para penumpang untuk naik kereta api menjadi rumit. Untuk sekarang, kereta api yang melayani rute Bandung-Jakarta tidak ada yang langsung berangkat, namun untuk bisa mendapatkan tiket penumpang harus memesan dari jauh-jauh

hari, kecuali jika akan berangkat pada hari kerja masih bisa dipesan untuk hari besok, sedangkan jika pada *weekend* penumpang minimal harus memesan dari seminggu sebelum pemberangkatan, itupun apabila masih ada kursi yang tersedia. Sedangkan hal tersebut tidak sesuai dengan keinginan masyarakat yang ingin serba mudah dan langsung tersedia.

Kemudian objek penelitian ini akan dipersempit kepada satu objek atau satu rute kereta api saja. Oleh karena itu peneliti akan membandingkan kedua rute tersebut berdasarkan pada volume penjualan tiket kereta api. Berikut dibawah ini adalah data perbandingan target dan realisasi volume penjualan tiket kereta api yang melayani rute Bandung-Jakarta PP tahun 2019-2021:

Tabel 1.8
Data Perbandingan Target dan Realisasi Volume Penjualan Tiket Kereta Api yang Melayani Rute Bandung-Jakarta PP Tahun 2019-2021

Argo Parahyangan				
Tahun	Target		Realisasi	
	Total Penumpang	Pertumbuhan	Total Penumpang	Pertumbuhan
2019	2.180.367	-	2.389.394	-
2020	2.036.867	-6,58%	409.670	-82,85%
2021	48.951	-97,59%	135.780	-66,85%
Serayu				
Tahun	Target		Realisasi	
	Total Penumpang	Pertumbuhan	Total Penumpang	Pertumbuhan
2019	335.368	-	417.455	-
2020	403.306	20,25%	135.094	-67,63%
2021	164.948	-59,10%	99.587	-26,28%

Sumber: PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 2 Bandung, 2022

Berdasarkan pada Tabel 1.8 menunjukkan data perbandingan target dan realisasi volume penjualan tiket kereta api Argo Parahyangan dan Serayu. Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa volume penjualan tiket Kereta Api Serayu mendapatkan jumlah penjualan yang paling rendah jika dibandingkan dengan volume penjualan tiket kereta api Argo Parahyangan.

Penjualan (tiket) merupakan salah satu indikator dari kinerja sebuah perusahaan, semakin besar jumlah penjualan semakin baik efeknya untuk perusahaan, dan akan berdampak pula sebaliknya, semakin kecil jumlah penjualan yang didapatkan perusahaan akan semakin tidak baik untuk perkembangan perusahaan. Penjualan pada umumnya tidaklah tetap, akan tetapi akan selalu mengalami fluktuasi, datanya akan selalu naik dan turun, volume penjualan adalah salah satu indikator dari faktor yang mengikutinya.

Menurut Buchari (2021:288) jika jasa atau barang yang dibeli sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, maka akan terdapat kepuasan dan sebaliknya akan timbul rasa kecewa. Bila kenikmatan yang diperoleh konsumen melebihi harapannya, maka konsumen betul-betul puas dan mereka akan mengadakan pembelian ulang serta memberi rekomendasi kepada rekan-rekannya.

Hal tersebut berarti tidak hanya penjualan (tiket) yang menjadi indikator dari kinerja sebuah perusahaan namun kepuasan konsumen juga berpengaruh terhadap kinerja sebuah perusahaan. Mempertahankan kepuasan konsumen menjadi faktor paling penting dalam peningkatan penjualan dan tingkat loyalitas pelanggan karena untuk mencapai suatu tingkat loyalitas, dibutuhkan rasa puas dalam pelanggan dan bila pelayanan yang didapat sesuai dengan harapan,

konsumen akan cenderung melakukan pembelian jasa secara berulang-ulang, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Yuda (2022) semua pelaku bisnis selalu berusaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pemenuhan atas harapan dan kebutuhan demi mendapatkan penambahan profitabilitas usaha.

Untuk mengetahui lebih dalam permasalahan utama yang dihadapi oleh jasa transportasi Kereta Api Serayu, maka peneliti melakukan penelitian pendahuluan dengan cara membagikan kusioner kepada 30 responden penumpang Kereta Api Serayu mengenai kinerja pemasaran. Berikut ini adalah data hasil kusioner penelitian pendahuluan mengenai kinerja pemasaran pada Kereta Api Serayu:

Tabel 1.9
Hasil Penelitian Pendahuluan Kinerja Pemasaran Pada Kereta Api Serayu

No.	Pernyataan	Jawaban					Rata-Rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
Keputusan Pembelian								
1.	Kereta Api Serayu menjadi pilihan utama saya dalam menggunakan transportasi publik	5	20	5	-	-	4	Baik
2.	Saya sudah mencari informasi tentang transportasi umum rute Bandung-Jakarta dan saya memilih menggunakan Kereta Api Serayu	6	22	2	-	-	4,13	Baik

No.	Pernyataan	Jawaban					Rata-Rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	S (1)		
Kualitas Pelayanan								
1.	Pelayanan cepat tanggap dalam memenuhi kebutuhan pelanggan	4	16	10	-	-	3,8	Baik
2.	Pelayanan yang ramah serta selalu siap menolong	6	14	8	2	-	3,8	Baik
Kepuasan Pelanggan								
1.	Merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh Kereta Api Serayu	-	6	7	10	7	2,4	Tidak Baik
2.	Merasa puas dengan fasilitas yang disediakan Kereta Api Serayu	-	5	8	10	7	2,36	Tidak Baik
Loyalitas Pelanggan								
1.	Melakukan pengulangan penggunaan jasa transportasi Kereta Api Serayu	2	15	11	2	-	3,56	Baik
2.	Saya akan merekomendasikan Kereta Api Serayu kepada rekan, keluarga dan sahabat saya	4	14	7	5	-	3,56	Baik

Sumber: Hasil Penelitian Pendahuluan Oleh Peneliti

Berdasarkan Tabel 1.9 yang telah peneliti sajikan pada halaman sebelumnya dapat diketahui bahwa terdapat permasalahan pada Kereta Api Serayu mengenai Kepuasan Pelanggan. Banyak yang merasa tidak puas terhadap layanan yang diberikan dan fasilitas yang disediakan oleh Kereta Api Serayu. Sehingga

adanya permasalahan pada kepuasan pelanggan dalam penelitian pendahuluan tersebut menjadi suatu hal yang melatar belakangi peneliti melakukan penelitian. Ketika kepuasan pelanggan tersebut rendah, maka dalam hal itu terdapat kesenjangan antara harapan yang diinginkan oleh penumpang terhadap pelayanan dan fasilitas dengan pelayanan yang diberikan dan fasilitas yang disediakan oleh Kereta Api Serayu.

Penting bagi organisasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas jasa yang ditawarkan (Sigit & Vivi, 2021). Perusahaan yang bisa memberikan kepuasan pada pelanggannya akan menciptakan peningkatan keuntungan (Fatihudin & Firmansyah, 2019:210). Meningkatkan kepuasan pelanggan akan meningkatkan profit dikarenakan pelanggan akan semakin sering membeli produk, membeli dalam jumlah yang lebih banyak dan cenderung untuk mencoba produk lain yang ditawarkan perusahaan sehingga akan menurunkan biaya pemasaran dan penjualan dengan adanya informasi dari mulut ke mulut yang positif.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang perlu dilakukan adalah menyediakan apa yang menjadi keinginan pelanggan dan memenuhi apa yang dibutuhkan pelanggan. Dalam proses menciptakan suatu produk barang atau jasa agar dapat mencapai tujuan atau tepat sasaran penting untuk memakai strategi pemasaran dalam proses tersebut. Strategi pemasaran merupakan rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang yang berdasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan serta distribusi. Strategi pemasaran dapat

diartikan sebagai bentuk salah satu landasan yang digunakan dalam penyusunan perencanaan perusahaan secara total. Dipandang dari segi luasnya permasalahan yang ada dalam sebuah perusahaan, dengan demikian diperlukan adanya perencanaan teknis yang menyeluruh untuk dijadikan acuan bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatannya. Salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah bauran pemasaran atau *marketing mix* (Fatihudin & Firmansyah, 2019:24).

Marketing mix merupakan kombinasi dari empat variable penting dari konsep pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Empat variable atau kegiatan inti tersebut meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*), dan biasa disingkat dengan 4P. Namun karena pemasaran bukan ilmu pasti, kini marketing mix telah berkembang sesuai dengan kondisi pasar menjadi 7P dimana 3P selanjutnya yaitu proses (*process*), orang (*people*), dan bukti fisik (*physical evidence*) (Fatihudin & Firmansyah, 2019:177).

Menurut Kotler & Armstrong (2018:425) menyatakan bahwa bauran promosi terdiri atas 5 (lima) alat-alat promosi, yaitu *advertising* (periklanan), *sales promotion* (promosi penjualan), *personal selling* (penjualan perseorangan), *public relations* (hubungan masyarakat) dan *direct marketing* (penjualan langsung).

Berdasarkan pernyataan di atas, bauran pemasaran dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan suatu produk barang atau jasa. Maka dari itu untuk mengetahui lebih detail faktor bauran pemasaran mana yang mempengaruhi ketidakpuasan penumpang terhadap Kereta Api Serayu, peneliti

melakukan penelitian pendahuluan dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 penumpang Kereta Api Serayu mengenai bauran pemasaran. Berikut data hasil kuesioner penelitian pendahuluan mengenai bauran pemasaran pada Kereta Api Serayu:

Tabel 1.10
Hasil Kuesioner Penelitian Pendahuluan Bauran Pemasaran Pada Penumpang Kereta Api Serayu

No.	Pernyataan	Jawaban					Rata-Rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
<i>Product (Produk)</i>								
1.	Kereta Api Serayu merupakan jasa transportasi umum yang terbaik	3	14	13	-	-	3,6	Baik
2.	Kualitas jasa transportasi yang diberikan Kereta Api Serayu lebih baik dibandingkan transportasi publik lain	2	18	10	-	-	3,73	Baik
<i>Price (Harga)</i>								
1.	Tarif yang diterapkan oleh penyedia jasa transportasi Kereta Api Serayu terjangkau	4	24	2	-	-	4,06	Baik
2.	Tarif yang ditawarkan Kereta Api Serayu lebih murah dibandingkan dengan transportasi publik lainnya	5	24	1	-	-	4,13	Baik
<i>Place (Lokasi)</i>								
1.	Lokasi Stasiun Kiaracandong strategis dan mudah dijangkau oleh pengguna	5	18	7	-	-	3,93	Baik

No.	Pernyataan	Jawaban					Rata-Rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
2.	Akses Stasiun Kiaracandong berada di jalan utama atau jalan raya	6	11	13	-	-	3,76	Baik
<i>Promotion (Promosi)</i>								
1.	Iklan yang digunakan pada Kereta Api Serayu berupa brosur, poster dan internet menarik perhatian konsumen	1	4	10	11	4	2,56	Tidak Baik
2.	Kereta Api Serayu melakukan promosi penjualan berupa potongan harga, kupon, paket harga dan pameran harga sangat menarik perhatian konsumen	3	13	5	6	3	3,23	Kurang Baik
3.	Infomasi tentang Kereta Api Serayu tersampaikan dengan jelas dan menarik	1	15	10	4	-	3,43	Baik
4.	Kereta Api Serayu sering terlibat dalam acara-acara tertentu sebagai <i>sponsorship</i>	2	12	12	4	-	3,4	Baik
5.	Promosi yang dilakukan Kereta Api Serayu pada <i>social media</i> seperti Instagram, Facebook, Tiktok dsb menarik perhatian konsumen	5	10	6	7	2	3,3	Kurang Baik
<i>People (Orang)</i>								
1.	Petugas Kereta Api Serayu selalu berpenampilan rapi dan bersih	4	12	9	5	-	3,5	Baik
2.	Petugas Kereta Api Serayu bersikap sopan dan ramah kepada para penumpang	1	15	10	4	-	3,43	Baik

No.	Pernyataan	Jawaban					Rata-Rata	Kriteria
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)		
<i>Process (Proses)</i>								
1.	Kereta Api Serayu berangkat dan tiba di stasiun sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan	8	19	3	-	-	4,16	Baik
2.	Dengan menggunakan jasa transportasi umum Kereta Api Serayu saya dapat sampai ke tempat tujuan dengan tepat waktu	6	19	5	-	-	4,03	Baik
<i>Physical Evidence (Bukti Fisik)</i>								
1.	Merasa aman dan nyaman menggunakan Kereta Api Serayu sebagai sarana transportasi publik	1	2	10	17	-	2,56	Tidak Baik
2.	Fasilitas yang disediakan Kereta Api Serayu menunjang kebutuhan penumpang	-	2	15	8	5	2,46	Tidak Baik
3.	Fasilitas yang disediakan Kereta Api Serayu selalu dalam kondisi yang baik dan bersih	1	3	13	6	7	2,5	Tidak Baik
4.	Fasilitas tempat duduk yang disediakan nyaman digunakan oleh penumpang	-	4	9	8	9	2,26	Tidak Baik

Sumber: Hasil Penelitian Pendahuluan Oleh Peneliti

Berdasarkan Tabel 1.10 dapat diketahui bahwa alat iklan (*advertising*) yang merupakan bagian alat dari bauran promosi (*promotion*) dan bauran bukti fisik (*physical evidence*) paling bermasalah diantara bauran pemasaran lainnya. Pada iklan (*advertising*) yang menjadi permasalahan adalah iklan yang digunakan

pada Kereta Api Serayu berupa brosur, poster dan internet tidak menarik perhatian konsumen. Sebagai data pendukung, peneliti melakukan wawancara kepada Kondektur Daop 2 Bandung yang menyatakan bahwa Kereta Serayu dinilai sangat kurang terhadap promosi yang dilakukan terutama pada alat promosi iklan dibanding dengan Kereta Argo Parahyangan yang sudah lebih maju terkait promosi yang dilakukan. Banyak penumpang yang mengeluh terhadap Kereta Serayu, mereka mengeluh terhadap fasilitas yang disediakan Kereta Serayu yang masih kurang seperti AC bocor, kursi terlalu tegak, dan rangkaian kereta yang digunakan masih rangkaian zaman dahulu, karena itu penumpang lebih banyak beralih menggunakan Kereta Argo Parahyangan sebagai moda transportasi pilihannya.

Menurut Pipih (2020:134) kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satu hal yang mempengaruhi seseorang melakukan pembelian yaitu iklan. Pada era modern seperti sekarang ini iklan sangatlah penting. Dengan adanya iklan konsumen bisa mencari referensi dan opini-opini tentang suatu produk yang dia inginkan dengan mudah, karena pada saat ini konsumen selalu mencari referensi dan lebih mempercayai opini-opini dalam komunitas tentang produk. Iklan yang artinya mengiring orang-orang kepada gagasan. Iklan adalah informasi yang isinya membujuk khayalan banyak atau orang banyak supaya tertarik kepada barang atau jasa yang ditawarkan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yiska dkk. (2022:409) yang menyatakan Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Untuk dapat menjalankan fungsi pemasaran, maka periklanan tentu saja tidak sekedar

memberikan informasi kepada khalayak tapi juga ditujukan untuk mempengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap dan citra konsumen yang berkaitan dengan suatu produk atau merek.

Dari pernyataan hasil wawancara sebelumnya yaitu banyaknya penumpang yang mengeluh karena fasilitas yang disediakan dapat dikaitkan dengan bauran bukti fisik (*physical evidence*) yang bermasalah setelah alat iklan dari bauran promosi. Kepuasan merupakan tingkat akhir dari pemanfaatan fasilitas atau pelayanan. Hal ini disesuaikan dengan harapan yang telah di targetkan. Kepuasan pelanggan ini dapat dikatakan merupakan titik penting dari suatu usaha oleh perusahaan jasa. Inilah hal yang dituju oleh suatu perusahaan jasa dimana pelanggan merasa ekspektasi mereka terhadap semua fasilitas atau pelayanan dapat terpenuhi dengan baik.

Penyediaan fasilitas atau bukti fisik dimana fasilitas tersebut dimaknai dengan segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri dapat menciptakan Kepuasan Konsumen (Fatihudin & Firmansyah, 2019:180). Sehingga perusahaan perlu menyediakan bukti fisik atau fasilitas yang baik dan memadai karena dengan begitu maka akan menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi dari para konsumen atau pelanggannya. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Iffan dkk. (2018) bahwa Bukti Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Adapun penelitian serupa mengenai seberapa pengaruhnya bukti fisik terhadap kepuasan

konsumen yang dilakukan oleh Deri (2021) yang menyatakan bahwa Bukti Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk untuk menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik penelitian dengan judul penelitian **“Pengaruh Iklan dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Penumpang Jasa Transportasi (Penumpang Kereta Api Serayu Daerah Operasional 2 Bandung)”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Pada sub-sub ini penulis akan membuat identifikasi masalah dan rumusan masalah mengenai iklan, bukti fisik, dan kepuasan konsumen. Identifikasi masalah diperoleh dari latarbelakang penelitian yang penulis lakukan, sedangkan untuk rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang akan diteliti di dalam penelitian ini yang nantinya akan dijawab dalam penelitian ini.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Penulis dapat mengidentifikasi dan menjabarkan masalah-masalah yang terdapat di dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang sebagai berikut:

1. Teknologi transportasi yang berkembang sangat pesat dan menyebabkan persaingan jasa moda transportasi yang semakin meningkat.
2. Angkutan Darat paling dominan dalam sektor Transportasi dan Pergudangan PDRB Kota Bandung pada tahun 2021.

3. Jawa Barat menjadi provinsi dengan jumlah penduduk paling tinggi di Indonesia pada tahun 2021.
4. Kota Bandung ditetapkan sebagai kota yang memiliki penduduk terbanyak di Jawa Barat pada tahun 2021.
5. PDRB Kota Bandung untuk sektor Transportasi dan Pergudangan mengalami penurunan dari tahun 2019 hingga tahun 2021.
6. Penggunaan kendaraan pribadi lebih dominan dibandingkan dengan transportasi umum sebagai sarana transportasi masyarakat pada tahun 2021.
7. Mobilitas pergerakan masyarakat dari Kota Bandung lebih banyak ke Kota Jakarta pada tahun 2021.
8. Masyarakat cenderung memilih menggunakan kendaraan pribadi atau moda transportasi umum lain dibandingkan dengan Kereta Api pada tahun 2021.
9. Pengguna jasa transportasi Kereta Api lebih sedikit dibandingkan dengan moda transportasi lainnya pada tahun 2021.
10. Volume penumpang Kereta Api mengalami penurunan dari tahun 2020 hingga tahun 2021.
11. Pengguna jasa transportasi Kereta Api Serayu lebih sedikit jika dibandingkan dengan pengguna jasa transportasi Kereta Api Argo Parahyangan untuk Kereta Api dengan rute Bandung-Jakarta pada tahun 2021.
12. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada penumpang Kereta Serayu rendah.
13. Alat promosi berupa iklan yang digunakan pada Kereta Api Serayu kurang menarik konsumen.

14. Berdasarkan hasil informasi dan observasi yang kemudian diperkuat oleh hasil penelitian pendahuluan bahwa bukti fisik berupa fasilitas yang disediakan oleh Kereta Api Serayu masih kurang baik.

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan penjelasan di atas, maka dapat diketahui bahwa rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan penumpang mengenai Iklan pada jasa transportasi Kereta Api Serayu.
2. Bagaimana tanggapan penumpang mengenai Bukti Fisik pada penggunaan jasa transportasi Kereta Api Serayu.
3. Bagaimana tanggapan penumpang mengenai Kepuasan Konsumen dalam menggunakan jasa transportasi Kereta Api Serayu.
4. Seberapa besar pengaruh Iklan dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Penumpang pada jasa transportasi Kereta Api Serayu secara simultan dan parsial.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan pernyataan mengenai apa yang hendak sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tanggapan penumpang mengenai Iklan pada jasa transportasi Kereta Api Serayu.

2. Tanggapan penumpang mengenai Bukti Fisik pada penggunaan jasa transportasi Kereta Api Serayu.
3. Tanggapan penumpang mengenai Kepuasan Konsumen dalam menggunakan jasa transportasi Kereta Api Serayu.
4. Besarnya pengaruh Iklan dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Penumpang pada jasa transportasi Kereta Api Argo Parahyangan secara simultan dan parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, terutama yang berhubungan dengan Iklan dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen pada penumpang Kereta Api Serayu. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan secara teoritis atau akademis adalah kegunaan yang selalu berhubungan dengan pengembangan ilmu pengetahuan. Sehingga kegunaan teoritis ini dapat mengembangkan ilmu yang diteliti dari segi teoritis. Maka secara teoritis diharapkan manfaat yang didapat dari hasil penelitian ini meliputi beberapa hal di antaranya:

1. Menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman yang belum diperoleh dalam perkuliahan biasa dengan membandingkan teori dengan praktik di lapangan.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberi referensi untuk manajemen pemasaran secara umum dan khususnya tentang pengaruh Iklan dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi peneliti lain sebagai bahan rujukan, referensi, dan menjadi bahan informasi yang diperlukan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis diharapkan manfaat yang didapat dari hasil penelitian ini meliputi beberapa hal di antaranya:

1. Bagi Peneliti

- a. Peneliti diharapkan dapat mengetahui permasalahan Kepuasan Konsumen pada perusahaan layanan jasa.
- b. Peneliti diharapkan dapat mengetahui hasil pengaruh Iklan dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen pada penumpang Kereta Api Serayu.

2. Bagi Perusahaan

- a. Dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) mengenai pentingnya Iklan dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen.
- b. Dapat digunakan sebagai strategi perusahaan untuk meningkatkan penjualan serta mempertahankan konsumen yang ada.
- c. Hasil penelitian diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dalam upaya pemecahan masalah yang ada di perusahaan mengenai

pengaruh Iklan dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen pada penumpang Kereta Api Serayu.