

Research Article



## Analisis Strategi Peningkatan Kepuasan Pelanggan di PT Kereta Api Indonesia Divre 1 Sumatera Utara

Putri Saru, Vera A.R Pasaribu, Jonson Rajaguguk

<sup>1</sup>Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas HKBP Nomensen Medan, Indonesia

\*[putri.saru@student.uhn.ac.id](mailto:putri.saru@student.uhn.ac.id)

**Abstrak:** Indonesia terus mengembangkan sistem transportasi, termasuk modernisasi layanan PT Kereta Api Indonesia (KAI) melalui inovasi digital. Aplikasi "Access by KAI" mempermudah pemesanan tiket dan meningkatkan efisiensi layanan, meski masih menghadapi kendala teknis dan literasi digital. Penelitian ini menganalisis strategi PT KAI dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Divisi Regional I Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memahami strategi PT KAI dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengidentifikasi kendala yang dihadapi. Informan terdiri dari petinggi PT KAI Divre I Sumut dan staf customer service, dengan purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi, dianalisis dengan reduksi data, penyajian naratif, serta penarikan kesimpulan. PT KAI Divre I Sumatera Utara menerapkan strategi peningkatan layanan melalui modernisasi fasilitas, teknologi digital, dan pelatihan SDM. Inovasi seperti Face Recognition di Stasiun Medan dan pembaruan aplikasi Access by KAI mempermudah layanan, meski menghadapi kendala literasi digital, jaringan internet, dan transparansi harga. Peningkatan literasi digital dan akses informasi diharapkan meningkatkan kepuasan pelanggan. PT KAI Divre I Sumatera Utara meningkatkan kepuasan pelanggan melalui fasilitas modern, teknologi digital, dan strategi harga fleksibel. Inovasi seperti Face Recognition dan Access by KAI mempercepat layanan, meski terkendala literasi digital dan jaringan internet. Rekomendasi mencakup edukasi digital, peningkatan infrastruktur, segmentasi pelanggan, pelatihan petugas, evaluasi layanan, serta transparansi harga dan promosi.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan, Inovasi Layanan, Digitalisasi Transportasi

**Abstract:** Indonesia continues to develop its transportation system, including the modernization of PT Kereta Api Indonesia (KAI) services through digital innovation. The "Access by KAI" application simplifies ticket booking and improves service efficiency, although it still faces technical and digital literacy obstacles. This research analyzes PT KAI's strategy in improving customer satisfaction in North Sumatra Regional Division I. This research uses a descriptive qualitative method to understand PT KAI's strategy in improving customer satisfaction and identify the obstacles faced. Informants consisted of PT KAI Divre I North Sumatra officials and customer service staff, with purposive sampling. Data were collected through interviews and documentation, analyzed by data reduction, narrative presentation, and conclusion drawing. PT KAI Divre I North Sumatra implements a service improvement strategy through facility modernization, digital technology, and HR training. Innovations such as Face Recognition at Medan Station and updates to the Access by KAI application facilitate services, despite facing obstacles in digital literacy, internet networks, and price transparency. Improved digital literacy and access to information are expected to increase customer satisfaction. PT KAI Divre I North Sumatra improves customer satisfaction through modern facilities, digital technology, and flexible pricing strategies. Innovations such as Face Recognition and Access by KAI accelerate services, despite digital literacy and internet network constraints. Recommendations include digital education, infrastructure improvement, customer segmentation, officer training, service evaluation, and price and promotion transparency.

**Keywords:** Customer Satisfaction, Service Innovation, Transportation Digitalization

### PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan sistem transportasi yang terus berkembang, terutama dalam upaya modernisasi layanan bagi masyarakat. Salah satu perusahaan yang memiliki peran penting dalam transportasi publik adalah PT Kereta Api Indonesia (KAI), sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang menyediakan layanan transportasi berbasis kereta api. PT KAI terus melakukan inovasi untuk meningkatkan kualitas

pelayanan, termasuk melalui pemanfaatan teknologi digital dalam sistem pemesanan dan pelayanan pelanggan. Salah satu inovasi yang dihadirkan adalah aplikasi "Access by KAI", yang memudahkan pengguna dalam melakukan pemesanan tiket, perubahan jadwal perjalanan, serta memperoleh informasi terkait layanan kereta api.

Di era digital, transformasi dalam sektor transportasi menjadi suatu keharusan guna meningkatkan efisiensi dan kenyamanan bagi pengguna. Penerapan teknologi digital dalam layanan transportasi publik telah menjadi tren global, di mana digitalisasi memungkinkan kemudahan akses, peningkatan efisiensi operasional, serta optimalisasi pengalaman pelanggan. Berdasarkan data yang dirilis oleh PT KAI, aplikasi "Access by KAI" telah diunduh oleh lebih dari enam juta pengguna hingga tahun 2024. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam pola interaksi masyarakat dengan layanan transportasi berbasis kereta api. Meskipun demikian, implementasi aplikasi "Access by KAI" masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa masih terdapat kendala dalam penggunaan aplikasi ini, seperti gangguan teknis, kurangnya literasi digital di kalangan pengguna, serta keterbatasan fitur yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara optimal. (Ahmad et al., 2023) dalam penelitian mereka mengenai efektivitas aplikasi "Access by KAI" terhadap kualitas pelayanan publik menemukan bahwa meskipun aplikasi ini telah diterapkan, masih banyak pengguna yang merasa bahwa layanan digital ini belum sepenuhnya memenuhi harapan mereka.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh PT KAI dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui layanan digital, khususnya di Divisi Regional I Sumatera Utara. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi dalam implementasi sistem digital serta memberikan rekomendasi strategis guna meningkatkan kualitas pelayanan berbasis teknologi di masa mendatang. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai efektivitas digitalisasi dalam sektor transportasi serta menjadi referensi bagi pengembangan kebijakan pelayanan publik berbasis digital di Indonesia.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif untuk memahami strategi PT KAI dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari petinggi PT KAI Divre I Sumatera Utara sebagai informan kunci dan staf customer service sebagai informan utama. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu memilih informan yang memiliki wawasan relevan terhadap topik penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan informan utama dan kunci untuk mendapatkan informasi terkait strategi dan kendala pelayanan pelanggan, sedangkan dokumentasi mengacu pada laporan kebijakan dan data statistik. Data dianalisis menggunakan teknik kualitatif deskriptif yang mencakup reduksi data, penyajian data dalam bentuk narasi, dan penarikan kesimpulan. Diharapkan penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai upaya PT KAI dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta rekomendasi strategis bagi pengembangan layanan transportasi kereta api di Sumatera Utara.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis, PT Kereta Api Indonesia (KAI) Divre I Sumatera Utara telah menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Peningkatan fasilitas di stasiun dan kereta api, pemanfaatan teknologi digital, serta pelatihan sumber daya manusia menjadi langkah utama dalam menciptakan layanan yang lebih nyaman dan efisien. Salah satu inovasi yang diperkenalkan adalah sistem Face Recognition untuk boarding di Stasiun Medan, yang bertujuan mempercepat proses keberangkatan dan mengurangi antrean. Selain itu, aplikasi Access by KAI yang telah diperbarui memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam pemesanan tiket dan akses informasi perjalanan. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala

dalam implementasi strategi ini. Dari hasil wawancara dengan pihak PT KAI dan pelanggan, ditemukan bahwa tidak semua penumpang terbiasa menggunakan teknologi digital, terutama mereka yang kurang familiar dengan aplikasi atau sistem pemindaian wajah. Beberapa pelanggan juga mengalami kesulitan dalam mengakses informasi terkait promo dan kebijakan harga yang sering berubah. Selain itu, kendala jaringan internet di beberapa stasiun menyebabkan gangguan dalam penggunaan sistem digital yang bergantung pada konektivitas stabil.

Pelanggan juga mengungkapkan bahwa layanan call center 24 jam dan survei kepuasan pelanggan yang dilakukan secara berkala memberikan dampak positif dalam meningkatkan pengalaman mereka. Respons cepat dari petugas terhadap keluhan menjadi salah satu aspek yang diapresiasi. Namun, ekspektasi pelanggan terhadap peningkatan fasilitas, seperti kenyamanan tempat duduk dan kebersihan stasiun, masih menjadi tantangan yang perlu terus diperbaiki. Dari segi harga, PT KAI menerapkan strategi fleksibel yang menyesuaikan dengan musim perjalanan, seperti kenaikan tarif saat periode liburan dan pemberian diskon dalam kondisi tertentu. Meskipun strategi ini bertujuan untuk menyeimbangkan permintaan dan kapasitas layanan, beberapa pelanggan merasa bahwa harga tiket terkadang kurang sebanding dengan fasilitas yang diterima. Oleh karena itu, transparansi dalam sistem harga dan promosi perlu ditingkatkan agar pelanggan dapat memahami kebijakan tarif dengan lebih jelas.

Secara keseluruhan, meskipun PT KAI telah mengimplementasikan berbagai inovasi untuk meningkatkan layanan, masih diperlukan upaya dalam meningkatkan literasi digital pelanggan, memperluas akses internet yang stabil, serta memastikan bahwa kebijakan harga dan promosi lebih mudah diakses oleh publik. Dengan peningkatan di berbagai aspek ini, diharapkan kepuasan pelanggan terhadap layanan PT KAI Divre I Sumatera Utara dapat terus meningkat dan menciptakan pengalaman perjalanan yang lebih baik bagi masyarakat.

Table 1 Kategorisasi data

Kode	Kategori	Rincian Isi Kategorisasi
A1	Kualitas Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fasilitas lengkap (ruang bermain anak, ruang menyusui, air minum gratis)</li> <li>2. Penggunaan teknologi Face Recognition untuk boarding cepat</li> <li>3. pemesanan tiket via Access by KAI yang sudah diperbaharui.</li> <li>4. jadwal keberangkatan dan perjalanan sudah pasti.</li> </ol>
A2	Kualitas Pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Respons cepat: Petugas langsung menangani keluhan penumpang di dalam kereta.</li> <li>2. Survei kepuasan pelanggan dilakukan secara berkala.</li> <li>3. Call center 24 jam untuk laporan pelanggan.</li> <li>4. Digitalisasi layanan dengan aplikasi KAI Akses.</li> </ol>
A3	Emosional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Program loyalitas: poin, voucher tiket, souvenir untuk pelanggan setia.</li> <li>2. Event spesial: kejutan ulang tahun di dalam kereta, program di hari-hari besar.</li> <li>3. Penanganan khusus bagi pelanggan terburu-buru atau mengalami kendala selama perjalanan.</li> </ol>
A4	Harga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyesuaian harga musiman: kenaikan tarif saat Lebaran &amp; Natal.</li> <li>2. Promo dan diskon untuk menarik pelanggan.</li> <li>3. Harga tiket dianggap sesuai dengan fasilitas dan layanan</li> </ol>
A5	Biaya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak ada biaya tambahan tersembunyi, hanya harga tiket resmi.</li> </ol>

		2. Program subsidi tiket gratis untuk event tertentu (kerja sama dengan Dinas Perhubungan).
A6	Tantangan dalam Layanan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variasi karakter pelanggan yang berbeda-beda dalam menghadapi situasi.</li> <li>2. Kesulitan penggunaan teknologi bagi pelanggan yang tidak familiar dengan gadget.</li> <li>3. Masalah koneksi internet yang dapat menghambat sistem boarding dan pemesanan tiket.</li> </ol>
A7	Inovasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Face Recognition untuk mempercepat boarding.</li> <li>2. Pembaruan Aplikasi Akses by KAI dengan fitur yang lebih mudah digunakan.</li> </ol>

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa PT Kereta Api Indonesia (KAI) Divre I Sumatera Utara telah menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Upaya ini mencakup peningkatan fasilitas di stasiun dan dalam kereta, pemanfaatan teknologi digital seperti aplikasi Access by KAI dan sistem Face Recognition, serta kebijakan harga dan promosi yang fleksibel. Penerapan sistem boarding digital di Stasiun Medan terbukti membantu mempercepat proses masuk penumpang dan mengurangi antrean, sementara inovasi dalam aplikasi mobile mempermudah pelanggan dalam mengakses informasi dan membeli tiket secara daring. Selain itu, survei kepuasan pelanggan yang dilakukan secara berkala serta layanan Call Center 24 jam menjadi bagian penting dalam upaya PT KAI untuk merespons kebutuhan dan keluhan pelanggan dengan lebih cepat. Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa kendala yang masih perlu diatasi. Salah satu tantangan terbesar adalah kesenjangan literasi digital di kalangan pelanggan, di mana tidak semua pengguna jasa kereta api terbiasa dengan teknologi digital yang diterapkan. Selain itu, kendala jaringan internet di beberapa wilayah juga menghambat optimalisasi layanan berbasis teknologi. Perbedaan ekspektasi pelanggan terhadap fasilitas dan kenyamanan layanan, keterbatasan dalam Standar Pelayanan Minimum (SPM), serta strategi harga yang terkadang dianggap kurang transparan menjadi faktor lain yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Sebagai rekomendasi, PT KAI perlu meningkatkan edukasi digital kepada pelanggan melalui sosialisasi yang lebih luas tentang penggunaan aplikasi Access by KAI dan sistem Face Recognition, baik melalui media sosial, papan informasi di stasiun, maupun pendampingan langsung di lapangan. Selain itu, peningkatan infrastruktur teknologi, terutama kestabilan jaringan internet di stasiun dan sepanjang jalur perjalanan, menjadi hal yang mendesak agar layanan digital dapat berjalan dengan lebih optimal. PT KAI juga dapat melakukan segmentasi pelanggan untuk menyesuaikan layanan dengan kebutuhan mereka. Pelatihan bagi petugas dalam hal komunikasi dan pengelolaan interaksi dengan pelanggan juga sangat penting untuk meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Selain itu, evaluasi berkala terhadap Standar Pelayanan Minimum (SPM) perlu dilakukan agar kebijakan yang diterapkan dapat lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan. Dalam hal strategi harga, transparansi perlu ditingkatkan agar pelanggan dapat dengan mudah memahami skema harga dan promo yang ditawarkan. Terakhir, PT KAI perlu terus memperkuat interaksi dengan pelanggan melalui berbagai platform digital agar penyampaian informasi semakin jelas dan terjangkau bagi semua pengguna jasa kereta api.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, B., & Hadimin, D. N. (2022). Deni Nurdyana Hadimin / Analisis Efektivitas Penerapan Mobile Application KAI Access Di PT Kereta Api Indonesia (Persero) 19. *Jurnal Dimensi* |, 2(1).
- Ahmad, S., Simon, J., Jaffisa, T., & Publik, A. (2023). Efektivitas Aplikasi Kai Access Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Dalam Pemesanan Tiket Secara Online Di Pt. Kereta Api

- Indonesia Divre I Sumatera Utara. *Jurnal Publik Reform*, 10(2), 72–82.
- Asrizal Efendy Nasution, & Nasution, S. M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 2021, Hal 142- 155,
- Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- Erlin N. Tampubolon, Maringan Panjaitan, R. L. (2024). Penerapan Inovasi Pelayanan Publik Berbasis Aplikasi M-Paspor Di Kantor TPI I Medan. *Journal Of Social Science and Digital Marketing*, 2, 26–33.
- Hardiansyah. (2018). Kualitas Pelayanan Publik (Edisi Revisi). PENERBIT GAVA MEDIA.
- Hasanah, Z. F. (2022). Penanganan Pembiayaan Bermasalah Mikro 75ib Di Bank BRI Syariah KCP Rantau Prapat (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). <https://library.unismuh.ac.id/opac/detail-opac?id=7271>
- John W Creswell. (2015). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed (Ketiga)*.
- Lubis, R. S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Helvetia Medan. <http://hdl.handle.net/123456789/757>
- 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>
- Muhammad Yunus, R Abdul Haris, D. J. H. (2023). Pelanggan Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop IX Stasiun Probolinggo. *Journal Management, Accounting, and Digital Business JUMAD*, 1(4), 591–600.
- Pratiwi, A. (2019). Strategi Pt Kai Dalam Meningkatkan Pelayanan Transportasi Kereta Api Di Pt Kai (Persero) Divre I Sumatera Utara Periode 2016-2018. 53(9), 1689–1699.
- Putri, A. (2021). Tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan resep di apotek kimia farma pahlawan madiun. *Madiun: Stikes Bhakti Husada Mulia Madiun*, 1–23.
- Rahmatullah, S., Purnia, D. S., & Triasmoro, R. (2019). Analisis Kualitas Website Sekolah North Jakarta Intercultural School dengan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 19(2), 158–164. [www.njis.org](http://www.njis.org).
- Romansyah, kartika M. P. (2020). Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pt.Kai (Persero) Daop Vii Stasiun Gubeng Surabaya. *Romansyah, Kartika Martha Putri*, 3(5), 1–15.
- Sinaga, S. R., & Sihombing, S. (2021). Pengaruh Beban Kerja , Disiplin Kerja Dan Kondisi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT . Oleh : Sara Romatua Sinaga , Sarimonang Sihombing. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 21(1), 16–30.



Copyright (c) 20xx by the authors. This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).