

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini sesuai dengan perkembangan kehidupan masyarakat telah menimbulkan berbagai macam kebutuhan bagi manusia itu sendiri, baik itu kebutuhan akan suatu produk maupun kebutuhan akan suatu permintaan jasa yang berupa pelayanan transportasi. Konsumen dalam melakukan suatu rencana perjalanan akan dihadapkan pada berbagai alternative pilihan produk barang/jasa. Dalam memutuskan suatu rencana pada hal pemakaian angkutan jasa akan dipengaruhi oleh berbagai macam factor yang ada pada dirinya sendiri ataupun lingkungannya, dan faktor-faktor tersebut cenderung akan berinteraksi satu sama lain. Rangsangan dari dalam dirinya dapat berupa kebutuhan, keinginan dan karakteristik konsumen (budaya, social, pribadi dan psikologis) sedangkan rangsangan dari luar adalah bagaimana konsumen dapat terpengaruh dengan factor-faktor kualitas produk, harga, pelayanan tempat dan usaha-usaha pemasaran lainnya (kotler, 2001:87). Salah satu kebutuhan manusia itu adalah kebutuhan akan adanya keinginan untuk melakukan perjalanan melalui jalur transportasi yang yang cepat dan terarah. Transportasi itu sendiri telah disediakan dalam segi pelayanan jasa oleh PT. Kereta Api (Persero) Cabang Medan.

Salah satu kegunaan transportasi bagi masyarakat dan dunia usaha kita yang sudah dikenal sejak dahulu adalah jasa pelayanan kereta api, melalui jasa ini siapa saja dapat melakukan perjalanan jarak jauh maupun jarak dekat

melalui PT Kereta Api (Persero) Cabang Medan. Dalam hal ini penggunaan jasa transportasi antar daerah sampai pembayaran pengiriman antar kota dapat juga dilayani oleh PT. Kereta Api. Penggunaan angkutan transportasi kereta api ini telah dilakukan oleh hampir seluruh lapisan masyarakat maupun oleh pelaku bisnis perusahaan sesuai dengan tujuan dan jurusan masing-masing.

PT. Kereta Api (Persero) Cabang Medan adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pengangkutan (transportasi) yang sedang mengembangkan diri untuk ikut dalam persaingan yang terjadi pada saat sekarang ini.

PT. Kereta Api adalah pembanguaan jalan rel yang dimulai dengan penyangkutan pertama pembangunan badan jalan rel pada tanggal 17 Juni 1864. Jalan rel di Indonesia pada pendudukan Jepang sangat memperhatikan. Contohnya di pulau Sumatera dan Sulawesi. Akibat tindakan Jepang jaringan jalan rel di Indonesia berkurang. Data menurut 1999 memberikan informasi bahwa panjang jalan rel di Indonesia adalah 12,918 km, terdiri atas lintas raya 429,322 km dan lintas cabang 323,596 km. Hal ini perlu diperbatikan oleh pengelola dengan melakukan kebijakan-kebijakannya. Dalam menghadapi persaingan yang begitu ketat, dalam melakukan berbagai strategi untuk merebut hati para konsumen. Strategi dilakukan untuk menarik konsumen baru maupun mempertahankan konsumen yang lama. Hal ini perlu karena keberhasilan perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil diperoleh, namun juga bagaimana mempertahankan konsumen.