

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa penerapan harga tiket kereta api yang bervariasi dalam kelas yang sama bertujuan memberikan kesempatan kepada penumpang yang membeli tiket lebih awal, sebagai bagian dari strategi pemasaran PT KAI. Selain itu, penerapan harga ini memungkinkan PT KAI menetapkan batas minimal dan maksimal harga tiket berdasarkan jarak tempuh, jenis kelas kereta, dan lonjakan permintaan saat hari besar atau akhir pekan panjang. Meskipun terdapat variasi harga tiket, standar pelayanan yang diterapkan oleh PT KAI tetap konsisten untuk semua kelas kereta. PT KAI selalu mengedepankan kepuasan dan kenyamanan penumpang dalam menggunakan layanan kereta api.

Kualitas pelayanan yang diberikan PT. KAI kepada penumpang kereta api, telah memberikan sebuah pelayanan yang cukup memuaskan bagi para penumpang. Hal tersebut akan disimpulkan sesuai dengan dimensi keberhasilan pelayanan publik, yaitu :

1) *Tangible* (Wujud)

Fasilitas yang ditawarkan oleh kereta umum dan kereta Public Service Obligation (PSO) tidak menunjukkan perbedaan yang mencolok. Meskipun begitu, tarif atau harga tiket yang dikenakan memberikan

dampak yang signifikan terhadap kualitas kereta api. Faktor-faktor ini menjadi pertimbangan utama bagi penumpang dalam memilih layanan kereta yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

2) *Responsiviness* (Daya Tanggap)

Respon dari petugas kereta api umumnya dinilai sangat baik dan sangat membantu bagi penumpang tanpa memandang kelas kereta api manapun dan dianggap semua sama. Penumpang merasa bahwa petugas kereta api mampu memberikan jawaban yang cepat dan tepat, serta menunjukkan sikap yang sigap dan cepat dalam menangani berbagai kebutuhan dan pertanyaan

3) *Access* (Akses)

Pembelian tiket online melalui aplikasi Access By KAI sangat memudahkan dan mempercepat proses transaksi. Selain itu, berbagai fasilitas akses yang disediakan di stasiun turut meningkatkan kemudahan dan kenyamanan penumpang.

4) *Communication* (Komunikasi)

Penanganan keluhan penumpang dimulai dengan penumpang menyampaikan komplain melalui media sosial, email, atau saluran lain kepada CC 121 PT. KAI. Selain itu komunikasi yang diberikan PT. KAI Daop 5 Purwokerto terdapat berbagai inisiatif seperti promo tiket kereta api, program "Sapa Pelanggan", dan pelaksanaan Focus Group Discussion (FGD) dengan pelanggan yang loyal.

Dari penjabaran sebelumnya, penelitian ini menyimpulkan bahwa pelayanan terhadap penumpang PT KAI, khususnya di Daop 5 Purwokerto, sudah baik serta tetap konsisten dan berkualitas untuk semua kelas penumpang. Namun, terdapat beberapa keluhan dari para penumpang mengenai fasilitas di Stasiun Purwokerto yang dinilai kurang memadai. Meskipun demikian, secara keseluruhan, indikator penelitian menunjukkan hasil yang sangat baik, dengan penumpang merasakan kenyamanan dan kepuasan dalam menggunakan layanan kereta api.

5.2. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan mengenai penerapan harga tiket kereta api yang menggunakan dimensi keberhasilan pelayanan publik oleh Denhardt & Denhardt, implikasi yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Secara umum penerapan harga tiket ini diterapkan berdasarkan jarak tempuh, jenis kelas kereta, dan lonjakan permintaan saat hari besar atau akhir pekan panjang, maka penerapan harga tiket ini akan mempengaruhi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. KAI Daop 5 Purwokerto.
2. Dalam aspek *Tangible*, upaya peningkatan fasilitas di dalam rangkaian kereta api maupun ruang tunggu stasiun perlu dilakukannya pembaharuan dan perkembangan fasilitas yang akan menambah kenyamanan dan kepuasan penumpang dalam menaiki kereta api.

3. Dalam aspek *Responsiviness*, selalu meningkatkan responsivitas petugas kereta api terhadap penumpang sebagai bentuk standar pelayanan PT. KAI yang modern dan memuaskan bagi penumpang.
4. Dalam aspek *Access*, upaya terus peningkatan dalam pengembangan aplikasi yang menunjang pembelian tiket kereta api melalui online. Selain itu terus menambah kemudahan akses fasilitas stasiun sangat berpengaruh terhadap kepuasan dan kenyamanan penumpang.
5. Dalam aspek *Communication*, upaya terus meningkatkan pelayanan pengaduan terkait komplain penumpang melalui media sosial manapun. Selain itu terus melakukan kegiatan atau program yang dapat menarik penumpang agar terus menggunakan kereta api sebagai upaya meningkatkan kualitas pelayanan publik yang modern yang diterapkan oleh PT. KAI.

