

Analisis Kualitas Layanan Aplikasi *Access By Kai* Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Jasa Transportasi Kereta Api Pada PT. KAI Divisi Regional 1 Sumatera Utara Kota Medan

Al Firah¹, Sri Widya Lestari²

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa, Indonesia
alfirah41@dharmawangsa.ac.id^{1*}

ABSTRAK - Penelitian bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan, kendala yang dihadapi, dan solusi pengguna aplikasi *Access By KAI* dalam meningkatkan jumlah pengguna jasa transportasi kereta api pada PT. KAI Divisi Regional 1 Sumatera Utara, Kota Medan. Metode pengumpulan data melibatkan observasi, wawancara, dan studi pustaka, dengan analisis data deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan aplikasi *Access By KAI* sudah sangat baik dalam memberikan pelayanan, kecepatan, ketepatan dan penyampaian informasi kepada penumpang dengan memberikan beberapa kemudahan melalui beragam fitur *platform digital* yang disediakan sehingga dapat dengan mudah melakukan pemesanan tiket dan mengeluarkan fitur pengingat dimana para penumpang memiliki *trip virtual assistant*. Dan tersedianya layanan *customer service* yang memberikan fast respon jika penumpang mengalami kesulitan. Kendala jaringan menyebabkan calon penumpang dan penumpang tidak dapat mengakses aplikasi sesuai kebutuhan. Namun, petugas akan tanggap melalui layanan *call center*, pos pelayanan saran dan kritik di nomor 121. Kereta Api Divisi Regional 1 Sumatera Utara akan terus melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas terhadap para pekerja seperti pemahaman aplikasi melalui *workshop*, pelatihan dan mensosialisasikan kepada masyarakat yang belum paham aplikasi ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, *Digital Marketing*, *Acces By KAI*

ABSTRACT - The research aims to determine the quality of service, obstacles faced, and solutions for users of the *Access By KAI* application in increasing the number of users of train transportation services at PT. KAI Regional Division 1 North Sumatra, Medan City. Data collection methods involve observation, interviews, and literature study, with qualitative descriptive data analysis. The research results show that the *Access By KAI* application service is very good in providing service, speed, accuracy and conveying information to passengers by providing several conveniences through various digital platform features provided so that they can easily order tickets and issue a reminder feature where passengers have *trip virtual assistant*. And the availability of customer service which provides a fast response if passengers experience difficulties. Network constraints mean that potential passengers and passengers cannot access the application

as needed. However, officers will be responsive through the call center service, suggestion, and criticism service post at number 121. North Sumatra Regional Division 1 Railway will continue to make improvements and improve the quality of workers, such as understanding the application through workshops, training and socializing to people who don't understand. this application.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Digital Marketing, Access By KAI

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Aplikasi yang diluncurkan oleh PT KAI tidak hanya untuk membeli tiket secara *online* tetapi juga memiliki fitur lainnya seperti pembatalan tiket, ubah jadwal tiket, pembelian tiket baik secara lokal/ antarkota dan kereta api bandara, pembelian tiket H-30 sebelum keberangkatan, dan melakukan *E-boarding* tiket. Konsumen pengguna kereta api tidak semua mau menggunakan aplikasi *Access By KAI* dengan berbagai alasan sehingga masih banyak penumpang yang lebih memilih untuk membeli tiket secara *offline* walaupun harus mengantri panjang.

Kemudahan dalam menggunakan aplikasi banyak dimanfaatkan masyarakat sehingga masyarakat tidak perlu bersusah payah datang ke stasiun dengan antrian yang panjang dan tidak mengetahui jadwalnya. Aplikasi KAI *Access* mempermudah pemesanan tiket kereta api secara *mobile*, kita hanya perlu mengunduh aplikasi KAI *Access* secara gratis melalui *playstore*.

Setelah selesai di unduh, masukan *username*, *password* dan *register*, lalu *log in*. Kita dapat memesan tiket secara *online* dan memilih jadwal keberangkatan sesuai dengan keinginan, metode pembayaran secara *online*, membatalkannya pun secara *online*, *boardingpass online* dan bahkan mengganti jadwal keberangkatan juga *online*, misalnya karena jadwal tidak sesuai. Bahkan saat kita berada dalam kereta, kita dapat memesan makanan secara *online* yang sudah di sediakan di aplikasi (<http://keretaapikita.com>).

Data Jumlah Kereta Api Rute Medan-Rantau Prapat

Uraian		Jumlah Kereta (Tahun 2023)											
		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des
Eksekutif Sribillah	Jlh KA	78	59	3	4	83	3	92	97	3	96	3	
	Q KA	3900	3950	150	200	4150	150	4600	4850	150	4800	150	
Bisnis Sribillah	Jlh KA	115	140	5	5	139	4	125	126	5	113	4	
	Q KA	9920	8960	320	320	8896	256	8000	8604	320	8512	256	
Ekonomi Premium	Jlh KA	20	0	7	7	46	4	40	30	0	0	0	
	Q KA	1920	0	0	528	3536	304	3040	2460	0	0	0	

Sumber : PT. KAI Medan (2023)

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa :

1. Penurunan jumlah kereta api yang beroperasi hal ini dikarenakan karena adanya pengurangan gerbong kereta yang akan ditambah jumlahnya ketika memasuki hari libur nasional dan akan dikurangi ketika memasuki hari biasa sehingga akan berpengaruh pada penggunaan bahan bakar.
2. Semakin banyak jumlah kereta yang berangkat maka kapasitas pun akan meningkat, begitu juga sebaliknya, jika kereta yang tersedia hanya beberapa maka kapasitas penumpang akan menurun.
3. Adanya perbedaan jam keberangkatan kereta dan minat masyarakat yang signifikan yang dipengaruhi oleh hari libur sebagai faktor utama peningkatan kereta api.
4. Data penumpang akan sangat mengalami peningkatan apabila adanya hari libur nasional seperti idul fitri, natal tahun baru dan lainnya. Ini yang menyebabkan pihak kereta api akan menambah kapasitas kereta agar dapat menampung semua pengguna jasa kereta api.

Adapun identifikasi masalah penelitian ini mencakup kurangnya pemahaman masyarakat tentang aplikasi *Access By KAI*, minimnya jumlah masyarakat yang belum memiliki aplikasi *Access By KAI*, dan masih ditemukan adanya masyarakat yang enggan menggunakan aplikasi *Access By KAI* dengan berbagai alasan.

KAJIAN TEORI

Kualitas Layanan

Jamaluddin (2016:2), Pelayanan berkualitas adalah pelayanan yang dapat memberikan kepuasan semua pihak, baik penyelenggara pelayanan atau masyarakat yang dilayani. Misalnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Aparatur Pemerintahan kepada masyarakat sesuai yang diharapkan Masyarakat. Jika kualitas pelayanan tidak sesuai harapan maka masyarakat akan merasa kecewa, sehingga jaminan kualitas pelayanan menjadi prioritas utama bagi aparatur dan sebagai tolak ukur untuk menilai kepuasan masyarakat atas pelayanan yang diberikan.

Dimensi Kualitas Layanan

Handi Irawan (2010: 57), adapun dimensi kualitas pelayanan yaitu:

1. Keandalan, kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara cepat, akurat dan memuaskan
2. Daya Tanggap, keinginan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat
3. Jaminan (pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan kepercayaan karyawan, bebas dari bahaya dan risiko)
4. Perhatian, menjamin hubungan yang baik sebagai dasar memahami kebutuhan pelanggan
5. Bukti Fisik (fasilitas fisik, peralatan, karyawan dan fasilitas komunikasi)

Karakteristik Kualitas Layanan

Tjiptono (2010:22), karakteristik kualitas jasa terdiri dari :

1. *Intangibility*, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, sebelum dibeli
2. *Inseparability*, barang biasanya diproduksi kemudian dijual lalu dikonsumsi sedangkan jasa dijual lalu diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan
3. *Variability*, variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung kepada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan

4. *Perishability*, komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan
5. *Lack of Ownership* (kurangnya kepemilikan), konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya

Kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Kotler & Keller (2013:194) menjelaskan bahwa “*Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product’s perceived performance in relation to his or her expectation*” (kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa).

Dalam hal ini kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian seorang tentang kinerja (hasil) produk. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi maka pelanggan tidak senang. Kotler & Keller (2016: 140), indikator kepuasan pelanggan adalah kesesuaian harga, minat menggunakan Kembali dan kesediaan merekomendasikan

Digital Marketing

Zunan Setiawan (2023:160) *digital marketing* adalah strategi atau upaya untuk memasarkan atau mempromosikan produk melalui segala jenis media digital, baik melalui *internet* atau jaringan lainnya.

G. I. Wibowo (2019:4), *digital marketing* adalah kegiatan periklanan yang menggunakan berbagai media berbasis *web* seperti *blog, website, email, adwords* dan media sosial. Coviello dalam Oktaviani & dkk (2018), *digital marketing* adalah memanfaatkan internet sebagai komunikasi dua arah antar perusahaan dan konsumen.

Keunggulan Dan Kelemahan Pada *Digital Marketing*

Cahyo (2018), Adapun keunggulan penggunaan *digital marketing* yaitu :

1. Dapat menetapkan tujuan sesuai demografi, tempat tinggal, gaya hidup dan kebiasaan
2. Hasilnya langsung ditampilkan
3. Biaya akan lebih murah dari pemasaran konvensional
4. Cakupan lebih luas karena tidak dibatasi oleh lokasi geografis

5. Bisa diakses kapan saja tanpa batasan waktu
6. Jumlah kunjungan dapat dihitung sebagai jumlah pembeli online
7. Dapat menarik konsumen melalui komunikasi

Cahyo (2018) *digital marketing* juga memiliki beberapa kelemahan adalah pesaing dapat meniru, dapat digunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, menanggapi sikap negatif akan merusak reputasi, dan tidak semua orang menggunakan internet atau teknologi digital.

Acces By KAI (Kereta Api Indonesia)

Utoyo (2021: 10), Aplikasi *Access By KAI* merupakan aplikasi resmi milik PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang diluncurkan pada tahun 2014. Aplikasi ini memiliki dua jenis perjalanan, yaitu perjalanan kereta api lokal < 80km dan kereta api jarak jauh > 80km. Fitur yang ada pada aplikasi *Access By KAI* sudah cukup lengkap, mulai dari pemesanan tiket kereta api lokal atau jarak jauh, penambahan tiket, pembatalan tiket, pengubahan jadwal, pemesanan taksi, pemesanan makanan atau minuman saat melakukan perjalanan serta terdapat berita seputar layanan kereta api.

Masyarakat menjadi saksi perjalanan sejarah pelayanan PT. KAI dalam penjualan tiket kereta api. Mungkin anda pernah mengingat di depan loket stasiun, berdesakan dengan ratusan calon penumpang yang lainnya demi mendapatkan tiket mudik lebaran dan ironisnya tidak berhasil mendapatkan selebar tiket pun. Sementara itu, calo berkeliaran menawarkan tiket dengan harga yang mahal.

Cara menggunakan Aplikasi *Access By KAI*

Langkah-langkah untuk menggunakan aplikasi KAI Access adalah sebagai berikut:

1. Unduh aplikasi *Access By KAI* PT. KAI di *Play Store* atau *App Store* di *smartphone*
2. Masukkan data pribadi untuk daftar akun, siapkan e-KTP atau identitas calon penumpang untuk mendaftarkan akun di aplikasi *Access By KAI*. Isi beberapa

data pribadi yang diperlukan dalam aplikasi, seperti nama, tempat tanggal lahir, nomor telepon, dan diakhiri dengan kata sandi akun yang telah dibuat

3. Memilih jenis kereta, untuk KA jarak jauh, calon penumpang dapat memilih menu *intercity train*, sedangkan KA lokal adalah *local train*.

Manfaat Access By KAI

1. Pembatalan tiket, dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun. 30 hari setelah proses pembatalan dijalankan, *refund* akan segera ditransfer ke rekening yang terdaftar.
2. Ubah jadwal tiket (*reschedule ticket*), konsumen tidak perlu bingung dengan rencana perjalanan mendadak, sehingga perlu mengubah jadwal perjalanan. Sekalipun pembelian dilakukan melalui agen resmi PT. KAI (Persero) atau saluran eksternal, selama konsumen memiliki akun *Access By KAI* yang terdaftar, konsumen juga dapat menggunakan fitur ini.
3. Pembelian kereta api lokal, konsumen tidak perlu mengantri di loket untuk membeli tiket kereta api lokal, dapat dilakukan 3 jam sebelum waktu keberangkatan yang dijadwalkan.
4. Dapat membeli tiket kereta api 1 jam sebelum keberangkatan, fitur ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang melakukan perjalanan secara tidak terduga. Konsumen tidak perlu panik, apalagi antri di loket untuk membeli tiket dan bisa membeli dalam perjalanan menuju ke stasiun.
5. *E-Boarding Pass*, pengguna tidak perlu mengantri mencetak *boarding pass* di mesin CIC (*Check In Counter*) atau melihat *boarding pass* di *handphone* kepada *staff boarding*.
6. Pembayaran yang fleksibel tanpa perlu mengantri di stasiun, pembayaran dapat dilakukan di ATM maupun swalayan yang masuk kedalam *channel* yang telah ditunjuk oleh PT. KAI.
7. Integrasi dengan *calendar device*, aplikasi KAI Access ini juga mampu mengingatkan penggunanya jadwal keberangkatan dengan memberi notifikasi pada aplikasi kalender yang terdapat dalam perangkat *android* anda.

8. Jumlah pemesanan mencapai 4 penumpang, data-data penumpang dapat disimpan pada *device* sehingga untuk pemesanan berikutnya anda tak perlu menginput data penumpang yang sama.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mendeskriptifkan dan mengidentifikasi pengguna kereta api khususnya yang berada di Stasiun Divisi 1 Regional Sumatera Utara Kota Medan yang berfokus pada bagaimana kualitas layanan aplikasi *access by* KAI dalam meningkatkan jumlah pengguna jasa transportasi kereta api, kendala dan solusi dari layanan aplikasi *access* ini. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kualitas Pelayanan Aplikasi *Access By* KAI PT. KAI Divisi Regional 1 Sumatera Utara

PT Kereta Api Indonesia (Persero) terus berupaya memberi inovasi baru di bidang digitalisasi sesuai keinginan masyarakat untuk mendapatkan pelayanan secara cepat dan praktis, sehingga hadir lah aplikasi *Access By* KAI (aplikasi pemesanan tiket secara *online*). Menurut Putri (pengguna kereta api) “*Access BY KAI* itu enaknya dapat diakses dimanapun dan kapanpun jika dibutuhkan, tapi disisi lain aplikasi ini terkadang masih lemot. Hal ini dapat dikarenakan jaringan dan keterbatasan jangkauan serta banyaknya pengguna jadi saat pemesanan tiket sehingga terkesan lama proses aksesnya”.

Peningkatan pelayanan aplikasi *Access By* KAI dinilai berdasarkan beberapa hal sebagai berikut :

1. *Tangible* (Bukti Fisik)

Bukti fisik (*tangible*) di PT. KAI Divisi Regional 1 Sumatera Utara adalah petugas yang rapi, ramah dan memperhatikan penumpang selama perjalanan, tersedianya fasilitas umum di stasiun seperti tempat parkir, loket informasi dan penjualan tiket, ruang tunggu, ruang ibadah, toilet dan lainnya. Layanan ini bertujuan untuk mendukung penyampaian jasa secara efektif dan efisien, yang akan bersinergi dengan harapan layanan jasa yang diterima oleh penumpang dan calon penumpang akan lebih maksimal.

Berdasarkan hasil wawancara, aplikasi *Access By KAI* telah memenuhi kebutuhan penumpang untuk *easy booking*. Bukti pembelian tiket dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Adanya fitur pengingat agar penumpang tidak akan ketinggalan kereta. Proses *check in via boarding pass* yang praktis, dan tersedianya *Trip Virtual Assistant* yang akan menjadi asisten pribadi penumpang secara virtual.

Adanya kendala saat pemesanan, tidak semua handphone pelanggan *support* menggunakan aplikasi *Access By KAI*, dikarenakan faktor *RAM* atau versi dari *handphone* tersebut. Alat pembayaran KAI *PAY* sering mengalami gangguan, sedangkan alat pembayaran *e-wallet* untuk kereta api lokal sangat terbatas hanya ada *Ovo* dan *Linkaja*.

Kendala pembatalan dan ubah jadwal karena memang *aplikasi* ini belum *support* untuk pembatalan maupun ubah jadwal tiket kereta api lokal. Jadi jika penumpang mau melakukan *refund* atau *reschedule* itu harus datang ke *costumer service* stasiun untuk pelayanan. Untuk kereta api lokal dapat dilayani mulai jam 09.00 - 16.00. Selain jam itu sistem belum dapat melakukan pembatalan atau perubahan jadwal tiket.

2. *Reliability* (Keandalan)

Berdasarkan hasil wawancara, kepala operasional KAI “Layanan pemesanan tiket yang diinginkan sudah sesuai dengan yang diharapkan seperti adanya layanan *aplikasi Access By KAI* yang dapat mempermudah para pekerja maupun mahasiswa yang ingin pulang dan pergi tanpa khawatir kehabisan tiket. Proses pemesanan tiket sangatlah cepat dan mudah <5 menit kita sudah mendapatkan nomor bangku dan gerbong yang masih tersedia.

Adanya fitur *e-boarding* sangatlah mempersingkat waktu pengguna *KAI Access* karena jika penumpang telah memiliki *e-boarding pass* maka tidak perlu melakukan proses *check-in* (cetak *boarding pass*) di stasiun lagi. Aplikasi ini berbasis digital, namun masih diperlukan petugas yang handal dalam membantu calon penumpang dan penumpang apabila terjadi *trouble* atau kendala teknis dari aplikasi tersebut.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Upaya petugas dalam membantu dan melayani penumpang dan calon penumpang dalam menggunakan aplikasi *Access By KAI* termasuk salah satu penentu kualitas layanan. Penerima layanan merasa cukup senang dengan layanan yang diberikan.

Adanya keluhan jaringan sehingga penumpang atau calon penumpang merasa kesulitan untuk mengakses aplikasi sesuai kebutuhan sehingga perlu adanya perbaikan dan layanan *call center* 121, pos layanan saran dan kritik. Proses administrasi dan informasi yang diberikan pada aplikasi cukup cepat dan mudah dimengerti untuk para pengguna dan setiap *complain* selalu ditangani dan dijawab dengan baik, walaupun respon pada aplikasi sedikit lama. Berbagai upaya telah dilakukan PT. KAI Divisi Regional 1 Sumatera Utara dalam memaksimalkan layanan aplikasi.

Beberapa contoh daya tanggap (*responsiveness*) di PT. KAI Divisi Regional 1 Sumatera Utara yaitu semua petugas melayani penumpang dengan sangat ramah dan baik, petugas akan selalu tanggap dan sigap untuk memberikan pelayanan kepada penumpang, dan menyediakan tempat bagi penumpang yang mempunyai saran atau kritik untuk menyampaikan melalui kontak saran, *facebook*, *twitter*, *web* PT. KAI atau melalui *call center* 121.

4. *Assurance* (Jaminan)

Petugas PT. KAI rutin memberikan pendidikan pelatihan secara efektif mendampingi penumpang dan calon penumpang serta menguasai bidangnya masing-masing. Bidang Humas KAI menjelaskan bahwa “tiket digital sangatlah mempermudah para pelanggan untuk mengurangi resiko kehilangan atau kerusakan fisik tiket. Jika kita mengalami kesalahan atau kelupaan, kita dapat meminta bantuan dari petugas untuk membantu dan memberikan informasi yang kita perlukan.

Costumer servis tidak akan menolak perihal keluhan dan pertanyaan yang diajukan di stasiun secara langsung, justru mereka akan mendengarkan dan menjawab keluhan dengan jelas dan baik. Namun PT. KAI tidak selalu dapat menjamin bahwa semua keluhan yang tidak terselesaikan akan otomatis ditindaklanjuti oleh tim *costumer relation*, namun selalu berusaha memberikan solusi yang terbaik.

Berdasarkan hasil wawancara, petugas lapangan yang berkompeten karena telah difasilitasi dengan mengikuti pelatihan sehingga dapat membantu setiap penumpang dan calon penumpang yang menggunakan layanan aplikasi ini dan menawarkan solusi.

Kompetensi dan sikap petugas *assurance* PT. KAI Divisi Regional 1 Sumatera Utara cukup. Sikap karyawan dapat meningkatkan kepercayaan penumpang terhadap perusahaan, dan perusahaan memberikan stabilitas kepada penumpang dengan selalu menjaga kesopanan dan pengetahuan serta keterampilan yang dibutuhkan untuk mengatasi semua masalah penumpang. Contoh jaminan (*assurance*) di aplikasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional 1 Sumatera Utara adalah kesopanan yang diberikan oleh petugas pelayanan tiket, sesuai dengan aturan dan prinsip 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun).

5. *Empathy* (Perhatian)

PeLayanan yang memberikan kemudahan penggunaan aplikasi *Access By KAI* dan upaya petugas untuk memahami kebutuhan penumpang dan calon penumpang adalah contoh dimensi empati. Terkait dengan kemudahan mendapatkan informasi dalam aplikasi *Access By KAI*, setiap fitur layanan pada aplikasi *Access By KAI* telah dilengkapi dengan petunjuk langkah demi langkah penggunaan aplikasi ini.

Humas KAI menjelaskan bahwa *Costumer Service KAI* selalu bersikap ramah dan sopan. Setiap pelanggan yang membeli tiket secara langsung dan tidak langsung akan selalu mendapatkan pelayanan yang sama dan adil. Aplikasi *KAI Access* selalu akan memberikan notifikasi tentang pembaruan dan memastikan bahwa aplikasi tersebut selalu diperbarui. Adanya fitur *refund* cukup membantu para pengguna yang tidak jadi berpergian. Tetapi pembatalan tiket tersebut berlaku maksimal 2 jam sebelum keberangkatan dan pembatalan dikenakan biaya sebesar 25% dari harga tiket seharusnya.”

Kendala Yang Terjadi Dalam Penerapan *Access By KAI* dan Peningkatan Kualitas Pelayanan Transportasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional I Sumatera Utara

1. Banyaknya layanan penjualan tiket kereta api, seperti traveloka, tiket.com, Blibli. Namun yang membedakan *Access By KAI* dengan aplikasi lainya adalah tidak

perlu membayar biaya administrasi saat melakukan pembayaran, dapat melakukan pembatalan tiket dan ada beberapa promosi menarik yang menguntungkan para pengguna kereta api.

2. Aplikasi masih mengalami gangguan dalam pemesanan tiket. Saat menjelajahi jalur perjalanan tidak merespon dan gangguan terlihat jelas. Kemudian terganggunya aplikasi dapat mengganggu konsumen yang memesan tiket.
3. Kurang edukasi dan pemahaman tentang aplikasi *Access By KAI*, karena aplikasi ini tidak dapat digunakan, alur kerja aplikasi gagal, dan rata-rata penumpang kereta api usia lanjut yang tidak begitu bisa menggunakan teknologi *smartphone*, sehingga banyak pengguna masih menemui kendala.

Solusi Untuk Mengatasi Kendala Dalam Penerapan *Access By KAI* dan Peningkatan Kualitas Pelayanan Transportasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional I Sumatera Utara

1. PT. KAI Divisi Regional 1 Sumatera Utara perlu meningkatkan kualitas dan berkomitmen kuat untuk melakukan perbaikan yang baik lagi pada aplikasi *Access By KAI* agar konsumen tidak bermasalah ketika melakukan transaksi pembelian tiket.
2. PT. KAI Divisi Regional 1 Sumatera Utara perlu memberikan penjelasan mengenai aplikasi *Access By KAI* sehingga pengguna memahaminya dan lebih aktif mensosialisasikan cara menggunakan aplikasi *Access By KAI* kepada penumpang.
3. Pemesanan tiket melalui aplikasi dapat mempersingkat waktu tanpa harus mendatangi loket penjualan di stasiun.

SIMPULAN

1. Layanan aplikasi *Access By KAI* sudah sangat baik dalam memberikan pelayanan, kecepatan, ketepatan dan penyampaian informasi kepada penumpang dengan memberikan beberapa kemudahan melalui beragam fitur *platform digital* untuk mempermudah pemesanan tiket dan mengeluarkan fitur pengingat dimana para

- penumpang memiliki *trip virtual assistant* dan tersedianya layanan *costumer service* untuk memberikan respon jika penumpang mengalami kesulitan.
2. PT. KAI Divisi Regional 1 Sumatera Utara berupaya membuat para penumpang senang dan nyaman ketika menggunakan jasa transportasi kereta api, dengan adanya keluhan mengenai aplikasi *Access By KAI* misalnya kendala jaringan sehingga calon penumpang dan penumpang tidak dapat mengakses aplikasi sesuai kebutuhan. Petugas akan tanggap berupaya menyelesaikan masalah secepat mungkin melalui layanan *call center*, pos pelayanan saran dan kritik serta layanan pelanggan tersedia di nomor 121.
 3. PT. KAI Divisi Regional 1 Sumatera Utara akan terus melakukan peningkatan kualitas pekerja dengan memberikan pemahaman aplikasi melalui workshop, pelatihan dan sosialisasi kepada Masyarakat yang belum paham tentang aplikasi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyo, A. N. (2018). Pengaruh Harga Kompetitif, Pemasaran Digital dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Fiber (Studi Kasus di PT. Telekomunikasi Indonesia, TBK. Datel Wonogiri).
- Handi Irawan. (2010). Prinsip Kepuasan Pelanggan. Penerbit: Elex Media Komputindo.
- Jamaluddin. Kamaruddin Sellang. (2016) Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Dimensi, Konsep, Indikator dan Implementasinya. Penerbit : Qiara Media.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2013). Pengertian Kepuasan Pelanggan . Jakarta: Py
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). Indikator Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Py
- Tjiptono, F. (2010). Strategi Pemasaran. Edisi kedua, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Utoyo, E. A. (2021). Indikasi Praktek Monopoli Dalam Pembayaran Tiket Kereta Api (KAI Access) Melalui Dompel Elektronik di Indonesia. *Jurist- Diction*, 4(6), 2321–2339.
- Zunan Setiawan, Arief Yanto Rukmana, Made Putri Ariasi. (2023). Buku Ajar Digital Marketing. Penerbit : PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Oktaviani, F. & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Profesi Humas* , 3 (1), 3.
- Wibowo, A. N. F. A. W. (2020). Collaborative Governance Dalam Pelayanan Transportasi Publik (Studi BRT Trans Semarang). *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(3), 1–18.