

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kompetisi pada dunia bisnis sangat berkembang pesat. Di dalam kondisi yang seperti ini perusahaan dituntut untuk menjadi lebih kompetitif dan pada setiap perusahaan diwajibkan mempunyai suatu strategi yang tepat untuk menjalankan perusahaannya. Kompetitifnya suatu perusahaan maka akan semakin besar juga upaya perusahaan untuk memenangkan persaingan. Disisi lain, salah satu caranya yaitu dengan menggunakan kemajuan teknologi pada kondisi saat ini. Kemajuan yang pesat pada teknologi dapat digunakan oleh perusahaan sebagai inovasi untuk mengikuti perkembangan zaman, disisi lain semua hal sudah serba digital dan online. Kemajuan Teknologi juga semakin pesat menghasilkan suatu perubahan. Salah satu perubahan yang dapat mewajibkan perusahaan agar menjadi lebih unggul dalam menghasilkan suatu inovasi. Dukungan kemajuan teknologi yang sangat pesat yang bertujuan untuk memudahkan konsumen melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian dari konsumen menjadi salah satu komponen terpenting dalam mempertahankan eksistensi suatu perusahaan serta pendapatan perusahaan tersebut. Jika konsumen sudah merasa puas oleh pembelian awal, maka konsumen tersebut akan melakukan pembelian secara berulang. Oleh sebab itu, perusahaan juga harus mempertahankan konsumen dengan selalu menyodorkan yang terbaik sehingga konsumen tidak berpaling ke suatu produk perusahaan lain. Semakin tinggi tingkat pembelian maka semakin tinggi pula suatu keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut. Didalam melakukan transaksi, konsumen harus dapat memutuskan dahulu apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan atau tidak. Konsumen sangat perlu memiliki kesadaran awal terlebih dahulu guna konsumen dalam melakukan transaksi pembelian.

Inovasi dari kebangkitan teknologi tersebut dapat dirasakan oleh semua perusahaan, tidak dibedakan perusahaan transportasi baik milik Negara maupun milik swasta ikut juga mengambil bagian didalamnya. Salah satu perusahaan yang telah mengikuti perkembangan kemajuan teknologi yaitu PT. Kereta Api Indonesia. PT. Kereta Api Indonesia adalah salah satu badan penyedia jasa transportasi darat yang memegang peran vital di dalam pelayanan transportasi masal. PT. Kereta Api Indonesia telah berdiri sejak tanggal 17 Juni 1864.

PT. Kereta Api Indonesia telah menyuburkan sistem guna mengunggulkan kualitas pelayanan serta mempermudah para konsumen kereta api dalam melakukan pembelian tiket kereta api. Sebelumnya, pembelian tiket kereta api dilakukan dengan cara manual yaitu dengan

cara mengantri di loket yang sudah disediakan di setiap stasiun. Namun berkat kemajuan teknologi sekarang pembelian tiket dapat dilakukan dengan cara menggunakan aplikasi KAI Access. Aplikasi KAI Access dirancang guna mempermudah konsumen kereta api dalam melakukan transaksi pembelian tiket kereta api.

Tingginya penggunaan internet di Indonesia didorong oleh semakin mudahnya penggunaan, murahnya biaya akses, serta alat komunikasi yang semakin canggih. Didalam sektor bisnis khususnya didalam bidang perkeretaapian, penggunaan teknologi informasi sangat diperlukan untuk menunjang kebutuhan masyarakat pada era modern yang mementingkan kecepatan, kepraktisan, kemudahan, keamanan serta kenyamanan dalam kegiatan bisnis. Perkembangan pada bidang teknologi membuat transaksi diperkertaapian seperti pemesanan, reschedule, serta pembatalan yang semakin mudah dan cepat, dimana konsumen tidak perlu lagi datang ke loket stasiun guna melakukan transaksi.

Perusahaan PT.Kereta Api Indonesia mengembangkan layanan – layanannya tidak hanya pada slogan “Anda Adalah Prioritas Kami”, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi serta gaya hidup. Namun disisi lain, terdapat salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh PT.Kereta Api Indonesia yaitu layanan Aplikasi Mobile KAI Access.

Salah satu perusahaan yang menyediakan layanan transportasi yang sudah mulai memanfaatkan layanan e-ticketing yaitu PT.kereta Api Indonesia (Persero). Dimana pada bulan September tahun 2014 lalu, PT.Kereta Api Indonesia mulai meluncurkan aplikasi mobile KAI Access yang sudah dapat diakses melalui smartphone. Peluncuran KAI Access bertujuan untuk memudahkan para pengguna dalam mendapatkan informasi serta melakukan pemesanan tiket kereta api secara online dengan waktu yang fleksibel. Disisi lain, Aplikasi Mobile KAI Access memiliki manfaat yang didapat antara lain yaitu seperti melakukan pembelian tiket melalui aplikasi mobile KAI Access yang dapat dilakukan mulai dari H-90 hingga 3 jam sebelum keberangkatan kereta api, serta pembayaran tiket hanya dapat dilakukan melalui channel yang telah disediakan, dan serta tidak perlu lagi melakukan Boarding Pass di mesin CIC (Check In Counter) yang terdapat di stasiun karena sudah terdapat e-Boarding yang bisa digunakan mulai 2 jam sebelum keberangkatan kereta api, serta masih banyak manfaat lainnya yang dapat dinikmati oleh calon penumpang kereta api.

Dalam perkembangan Aplikasi Mobile KAI Access juga memiliki kelemahan dan kelebihan dalam pelayanan aplikasi tersebut, berikut merupakan review yang peneliti rangkum dari halaman komentar pada layanan playstore dan App Store Aplikasi Mobile KAI Access yang menyatakan review positif dan review negative yang diberikan konsumen yang telah melakukan pemesanan e-ticket melalui KAI Access, yaitu sebagai berikut.

**Tabel 1.1**  
**Data Review Penggunaan Aplikasi Monile KAI Acces**

Tahun	Review Aplikasi Mobile KAI Access		Total Review
	Positif	Negatif	
2015	155	75	230
2016	120	175	295
2017	245	455	700
2018	513	894	1407
2019	1198	1537	2735
2020	1305	1897	3202
2021	1589	1923	3512
Jumlah	5.125	6.956	12.081

*Sumber : Data yang diolah (Play Store & App Store), thn. 2022*

Dari tabel 1.1 yaitu tabel review pengguna aplikasi Mobile KAI Access dari konsumen tahun 2015 hingga tahun 2021. Terdapat banyak review negative sebesar 75 dan review positif sebesar 155 ulasan di tahun 2015, review negative meningkat di tahun 2016 sebesar 175 ulasan dan review positif sebesar 120 ulasan, review negative meningkat di tahun 2017 sebesar 455 ulasan dan review positif sebesar 245 ulasan, review negative meningkat di tahun 2018 sebesar 894 ulasan dan review positif sebesar 513 ulasan, review negative meningkat di tahun 2019 sebesar 1537 ulasan dan review positif sebesar 1198 ulasan, review negative meningkat di tahun

2020 sebesar 1897 dan review positif sebesar 1305 ulasan, review negative meningkat di tahun 2021 sebesar 923 ulasan dan review positif sebesar 1589 ulasan.

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa dari tujuh tahun review yang diberikan konsumen mengalami peningkatan jumlah pada komentar negative lebih banyak dibandingkan

dengan komentar positif, dengan adanya pembaruan aplikasi mobile KAI Access membuat banyak keluhan konsumen. Hal tersebut diduga dari adanya permasalahan yang telah terjadi, mengakibatkan kekhawatiran mengenai menurunnya minat beli konsumen terhadap Aplikasi Mobile KAI Access karena dengan adanya beberapa fitur aplikasi yang tidak dapat digunakan serta sering mengalami permasalahan yaitu salah satunya pada saat pengguna melakukan pendaftaran register awal. Diduga hal tersebut nantinya akan berpengaruh pada tingkat beli konsumen serta akhirnya akan mempengaruhi penjualan pada perusahaan. Jika kegunaan serta kemudahan meningkat maka minat beli pun akan meningkat, begitu juga sebaliknya jika konsumen banyak yang tidak merasakan kegunaan serta kemudahan tingkatnya rendah terhadap layanan yang telah diberikan oleh perusahaan maka hal tersebut sangat berpengaruh terhadap minat beli e-ticket pada konsumen.

Berikut terdapat tabel yang berisikan ulasan penggunaan Aplikasi Mobile KAI Access. Adanya pembaruan versi Aplikasi Mobile KAI Access yang menimbulkan banyak kendala permasalahan yaitu pemesanan, ubah jadwal, pembatalan, dan E-boarding. Beberapa ulasan dari konsumen pengguna kereta api yang pernah melakukan pemesanan e-ticket dalam penggunaan aplikasi mobile KAI Access, yaitu sebagai tabel 1.2 berikut.

**Tabel 1.2**  
**Ulasan Pengguna Aplikasi Mobile KAI Acces melauli playstore**

No.	Jenis Masalah Mobile KAI Access	Total Review	Review	
			Positif	Negatif
1.	Register dan Login akun	49	0	49
2.	Pembaruan versi KAI Access (Loading, Bug, Error, Keluar Sendiri)	108	30	78
3.	Fitur Pemesanan, Ubah jadwal, Pembatalan, dan E-Boarding	114	69	45
4.	Pembayaran transaksi	52	14	38
5.	Pemilihan tempat kursi dalam gerbong kereta	49	16	33
6.	Reduksi dan diskon penumpang	23	23	0
	Total	395	157	226

*Sumber : data yang diolah (play store), thn. 2022.*

Pembaharuan Aplikasi Mobile KAI Access yang dilakukan PT.Kereta Api Indonesia untuk meningkatkan versi serta fitur – fitur. Saat awal peluncuran versi pembaharuan terjadi trobel yang dialami pengguna aplikasi. Seperti pada data tabel review ulasan yaitu registrasi dan login akun, pembaharuan versi (loading, bug error. Keluar sendiri, segi bahasa inggris), fitur pemesanan, ubah jadwal, pembatalan, E-boarding, pembayaran transaksi, pemilihan tempat kursi, redukasi dan diskon penumpang.

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah data ulasan dari reviewer pengguna aplikasi mobile KAI Access melalui Play store terdapat beberapa jenis permasalahan yang dialami oleh aplikasi mobile KAI Access dalam kategori ulasan positif dan ulasan negative. Hal tersebut menunjukkan ulasan terbanyak berada pada jenis permasalahan fitur pemesanan, ubah jadwal, pembatalan, dan E-boarding sebanyak 114 reviewer. Disisi lain, reviewer negative terbanyak pada pembaharuan versi loading, bug error, keluar sendiri, serta segi bahasa inggris sebanyak 78 reviewer. Pembaharuan aplikasi tersebut dilakukan sesuai kebutuhan PT.Kereta Api Indonesia.

Disisilain, terdapat beberapa dukungan data yang didapat melalui nilai, rating serta ulasan aplikasi KAI Access yang berada di App Store ( Apple) serta Play Store (Android) terhadap kemudahan penggunaan aplikasi KAI Access. Berikut merupakan contoh rnilai, rating serta ulasan negative yang sering diberikan pengguna aplikasi mobile KAI Access sebagai salah satu pedoman untuk melakukan evaluasi dalam memberikan kemudahan pengguna aplikasi serta kepercayaan konsumen membeli tiket kereta api melalui aplikasi KAI Access, antara lain yaitu sebagai berikut.

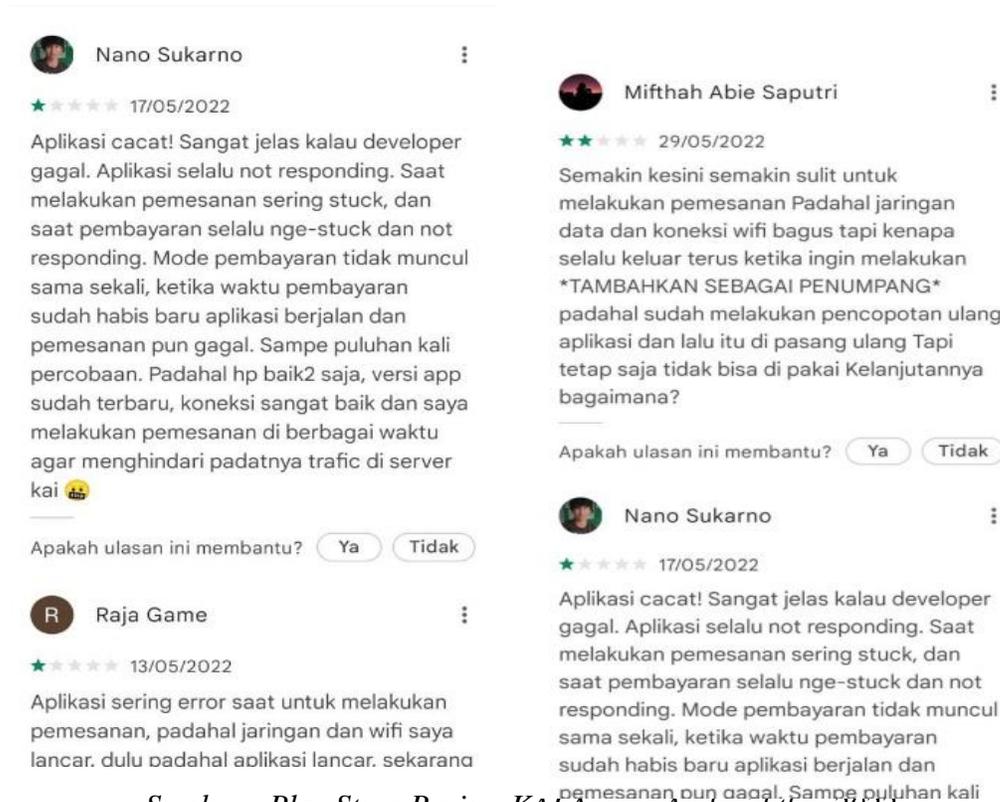
**Gambar 1.1**  
**Nilai, Rating dan Ulasan Aplikasi Acces pada App Store**



*Sumber : App Store Review Aplikasi KAI Access iOS, thn. 2022.*

Gambar 1.1 menunjukkan adanya beberapa konsumen berpengalaman menggunakan aplikasi KAI Access pada pengguna Apple yang memberikan nilai ulasan buruk dan rating yang rendah pada aplikasi KAI Access disebabkan kurangnya ketanggapan pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam menghadapi keluhan. Rata – rata konsumen mengalami kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi seperti susahnya membuat akun baru, sulitnya log in, dan metode pembayaran yang tidak memadai. Akibat dari nilai, rating serta ulasan yang buruk dapat menyebabkan calon konsumen mengurungkan niatnya ntuk menggunakan dan membeli tiket kereta api melalui aplikasi KAI Access.

## Gambar 1.2 Nilai, Rating dan Ulasan Aplikasi KAI Acces pada Play Store



Sumber : *Play Store Review KAI Access Android, thn. 2022.*

Sedangkan gambar 1.2 juga terpampang beberapa adanya rating, ulasan buruk serta nilai yang rendah diberikan konsumen berpengalaman dikarenakan konsumen merasa tidak puas terhadap aplikasi KAI Access. Rating, ulasan dan nilai yang diberikan oleh konsumen lama akan mempengaruhi calon konsumen baru pada saat melakukan pencarian informasi serta minat pembelian dalam melakukan pembelian pada aplikasi KAI Access.

Suatu hal mengenai kemudahan penggunaan dapat diberi pengaruh oleh kualitas aplikasi. Kian baik kualitas aplikasi, maka dapat memberi pengaruh banyaknya pengguna yang mengakses aplikasi tersebut. Dikarenakan ketika kesulitan dalam penggunaan aplikasi dan berdampak kecenderungan untuk tidak melakukan pembelian, lebih memilih menggunakan mobile application yang lain serta menceritakan ketidak nyamanannya dalam mengoperasikan aplikasi tersebut di laman rating, ulasan, dan penilaian aplikasi tersebut.

Hal tersebut dapat mengurangi minat beli bagi calon konsumen yang akan menggunakan aplikasi KAI Access.

Dari penjelasan data diatas, hal tersebut dapat dilihat dari tabel dibawah ini mengenai data pembelian tiket kereta api melalui aplikasi KAI Access (online) dan melalui stasiun (offline).

**Tabel 1. 3**  
**Data Penjualan Online dan Offline**

Tahun	Jenis Transaksi	
	KAI Access (Online)	Stasiun (Offline)
2018	363.317	503.408
2019	877.299	5.122.391
2020	513.982	5.625.799
2021	1.240.616	6.129.207
Jumlah	2.995.214	17.380.397

*Sumber : PT. Kereta Api Indonesia (Daop IV Semarang)*

Dengan tersedianya tabel yang ditampilkan seperti diatas, data perbandingan antara pembelian tiket kereta api secara (online) melalui KAI Access dengan pembelian tiket secara (offline) melalui Stasiun, bahwa pembelian tiket secara online melalui KAI Access masih rendah. Jumlah pembelian melalui KAI Access dari tahun 2018 sampai tahun 2021 hanya 2.995.214. Sedangkan jumlah pembelian tiket secara offline melalui stasiun di Semarang dari tahun 2018 sampai tahun 2021 sebesar 17.380.397. Dari data diatas dapat diketahui bahwa pembelian tiket secara online melalui aplikasi KAI Access masih rendah dibandingkan pembelian secara offline.

Dapat disimpulkan bahwa review, nilai dan ulasan yang diberikan konsumen terhadap aplikasi KAI Access memang mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian tiket melalui aplikasi KAI Access, oleh sebab itu dibutuhkan pengetahuan untuk memperbaiki kinerja aplikasi mobile KAI Access agar tetap menjadi aplikasi yang unggul, dan baik dalam

layanan konsumen. Oleh sebab itu dibutuhkan juga knowledge creation agar aplikasi mobile KAI Access tetap dapat berkembang.

Inovasi merupakan sesuatu yang baru, yaitu dengan memperkenalkan dan melakukan praktek atau proses baru (barang atau layanan) atau bisa juga dengan mengadopsi pola baru yang berasal dari organisasi lain (Nurdin Zulfa, 2016). Salah satu indikator terjadinya suatu proses penciptaan pengetahuan di suatu perusahaan yaitu adanya inovasi yang dihasilkan (Nonaka, Ikujiro Takeuchi, 1995).

Faktor utama yang sangat mempengaruhi kesuksesan perusahaan di Jepang yaitu kemampuan pengetahuan organisasi (Knowledge Creation). Pengetahuan organisasi tersebut merupakan salah satu kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang terdiri dari pengetahuan tacit maupun kemampuan explicit, pengetahuan – pengetahuan tersebut dapat dihasilkan dengan beberapa proses pada perusahaan tersebut, antara lain yaitu sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi, serta internalisasi maupun biasa disebut SECI model. Menurut (Groff, T.R., & Jones, 2003), pengetahuan tacit yang diartikan pada pengetahuan perorangan yang menyatu dengan pengalaman serta tidak berwujud. Salin itu, (Malhotra, 2005) menambahkan, pengetahuan tacit yaitu pengetahuan tentang cara yang berada di dalam benak manusia, hal tersebut berkaitan dengan pengetahuan tacit yaitu pengetahuan mengenali, menghasilkan, membagi serta mengatur sesuatu (Malhotra, 2005). Jenis pengetahuan tacit merupakan suatu potensi yang berada pada diri seseorang, yang bersifat personal dan sulit untuk dikodifikasikan serta diartikulasikan, bahkan sulit untuk didokumentasikan. Disisi lain, jenis pengetahuan explicit yaitu pengetahuan yang sudah diubah kedalam bentuk dokumen, baik dokumen tercetak maupun tekstual, analog dan digital (Yusup, 2012).

Menurut (PM Hildreth, 2002) , jenis pengetahuan yang belum dikodifikasikan atau disimpan dalam media penyimpanan, disebut pengetahuan tacit (tacit knowledge), sedangkan jenis pengetahuan yang sudah dikodifikasikan atau sudah disimpan dalam dokumen dan media penyimpanan lainnya, disebut sebagai pengetahuan eksplisit (explicit knowledge). (PM Hildreth, 2002)

Berdasarkan data – data yang telah di ungkap peneliti diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih mendalam terkait hal tersebut . Dalam penelitian ini, peneliti lebih berfokus

pada literasi digital dalam kinerja layanan PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengembangan Literasi Digital Dalam Kinerja Layanan PT. Kereta Api Indonesia (Persero)**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang menjelaskan Aplikasi KAI *Access*, Ilmu Teknologi dan Knowledge Creation maka masalah dalam penelitian ini merupakan bagaimana analisis literasi digital dalam kinerja layanan PT.Kereta Api Indonesia, apakah keberadaan KAI *Access* dapat membantu mewujudkan kinerja layanan PT.Kereta Api Indonesia. Maka dari itu, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana PT. Kereta Api Indonesia merancang aplikasi yang user friendly bagi masyarakat dalam layanan transportasi ?
2. Bagaimana Aplikasi KAI *Access* menjadi aplikasi yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya dalam pemesanan tiket kereta api ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mencari jawaban masalah dari rumusan masalah yang ada. Sehingga tujuan dari penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

1. Untuk dapat mengetahui bagaimana Aplikasi KAI *Access* dapat memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya dalam pemesanan tiket kereta api, serta untuk mengetahui bagaimana timeline rancangan Aplikasi KAI *Access* sebagai bentuk layanan digital system transportasi.
2. Untuk dapat mengetahui bagaimana PT.Kereta Api Indonesia merancang aplikasi yang user friendly bagi masyarakat dalam layanan transportasi, serta untuk mengetahui bagaimana PT.Kereta Api Indonesia mensosialisasikan aplikasi yang user friendly bagi masyarakat yang dapat diakses oleh perangkat digital.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi pengembangan konsep kinerja layanan terkait analisis pengembangan literasi digital dalam kinerja layanan PT.Kereta Api Indonesia (PT.KAI).

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

a) Bagi PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang positif hingga evaluasi terhadap kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan subjek penelitian ini sehingga dapat meningkatkan kualitas Aplikasi KAI Access di masyarakat.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi sebagai bahan kajian pertimbangan dan penilaian untuk penelitian berikutnya, serta penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak luar selain perusahaan dan peneliti sebagai referensi maupun rujukan untuk penelitian lain yang sedang maupun akan dilakukan oleh para akademis maupun menambah ilmu pengetahuan bagi non akademis.

## **1.5 Kerangka Teori**

### **1.5.1 Knowledge Creation**

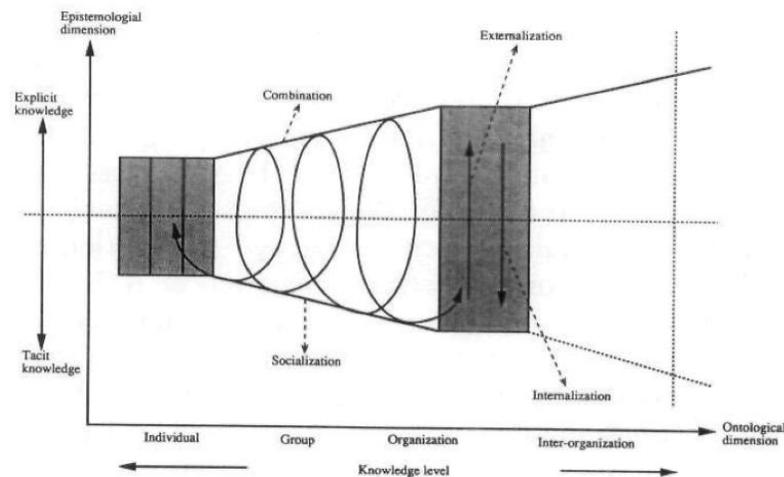
Melalui knowledge management dapat teridentifikasi pengetahuan – pengetahuan yang dimiliki oleh suatu organisasi untuk meningkatkan kinerja anggota serta menghasilkan inovasi dan suatu pengetahuan baru. Untuk dapat menciptakan suatu inovasi dan pengetahuan yang baru dalam suatu organisasi sangat dibutuhkan system knowledge creation yang merupakan salah satu dimensi dari proses knowledge management. Knowledge creation merupakan suatu proses dalam menciptakan suatu pengetahuan melalui siklus tertentu yang disertai dengan media dan adanya transfer pengetahuan kepada orang lain. Dengan menerapkan system knowledge creation dalam suatu organisasi dengan baik, maka organisasi tersebut akan terus memperbaiki diri serta menghasilkan karya yang kreatif serta inovatif secara berkelanjutan dalam menghadapi lingkungan yang selalu berubah.

Dalam lingkup organisasi pengetahuan sebenarnya diciptakan oleh individu yang berada dalam suatu organisasi, dikarenakan pada dasarnya organisasi tidak dapat menciptakan pengetahuan tanpa adanya individu yang bersangkutan. Dalam suatu organisasi, organisasi harus melakukan perputaran tacit knowledge yang telah diciptakan

serta melakukan transfer knowledge pada suatu tingkat individu. Perputaran serta transfer pengetahuan kepada individu kemudian dirumuskan melalui empat model konversi pengetahuan serta selanjutnya diproses pada tingkat ontology yang lebih tinggi. Proses tersebut dinamakan “ Spiral of Knowledge” merupakan suatu interaksi antara tacit knowledge serta explicit knowledge yang terjadi pada tingkatan ontology dari tingkatan yang paling rendah (individu) ke suatu tingkatan yang lebih tinggi (Nonaka, Ikujiro Takeuchi, 1995). (Nonaka, Ikujiro Takeuchi, 1995) menggambarkan proses spiral pada Knowledge Creation seperti pada gambar berikut.

**Gambar 1.3**

**Teori Spiral of Knowledge Creation**

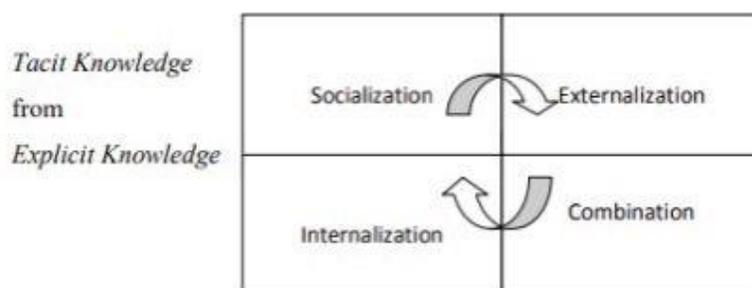


*Sumber: Teori spiral of Knowledge Creation (Nonaka dan Hirotaka Takeuchi, 1995 : 73)*

Proses spiral of knowledge creation pada gambar diatas menjelaskan adanya interaksi antara tacit knowledge dengan explicit knowledge. Interaksi tersebut dikonsepsikan oleh (Nonaka dan Noboru Konno, 1998) melalui empat model konversi knowledge sebagai berikut.

**Gambar 1. 4**

***The Nonaka and Takeuchi of Knowledge***



*Sumber: Dalkir (2011, p66)*

*Sumber : Nonaka dan Noburu Konno, 1998*

### **1.5.1.1 Model Konversi Knowledge Creation**

Berdasarkan (Nonaka dan Noboru Konno, 1998) penciptaan knowledge selalu dimulai dengan individu/pribadi seseorang, proses penciptaannya terjadi karena konversi tacit knowledge dan explicit knowledge yang melalui proses sosialisasi, externalisasi, kombinasi, dan internalisasi. Berikut merupakan penjelasannya :

#### **1. Socialization**

Dari tacit knowledge ke tacit knowledge.

Socialization adalah pengetahuan yang dibagikan dengan cara tatap muka, berbicara secara alami, dan biasanya berupa interaksi social.

Contoh : Meeting.

#### **2. Externalization**

Dari tacit knowledge ke explicit knowledge.

Externalization adalah proses yang memberikan gambaran dari tacit dan dikonversi ke explicit. Pengetahuan yang sebelumnya hanya berupa tacit sekarang menjadi dapat ditulis, direkam, digambarkan, atau terbuat dari benda yang berwujud (tangible). Contoh : Buku catatan hasil rapat.

#### **3. Combination**

Dari explicit knowledge ke explicit knowledge. Socialization Internalization Combination Externalization  
15 Combination adalah proses mengkominasikan potongan – potongan explicit knowledge yang terpecah menjadi pengetahuan baru. Contoh : Laporan review.

#### 4. Internalization

Dari explicit knowledge ke tacit knowledge. Internalization sangat erat kaitannya dengan learning by doing, jadi internalization itu mengubah pengalaman individu dan pengetahuan kedalam model mental. Contoh Karyawan dapat mendapatkan jawaban lebih cepat dengan adanya dokumentasi pengalaman dari karyawan lainnya.

#### **1.5.2.1 Metode Menciptakan Knowledge Creation**

Menurut (Harianto, 2009) terdapat lima metode bagaimana menciptakan Knowledge Creation (Five modes of knowledge generation) yaitu sebagai berikut :

##### a) Acquisition

Adalah suatu kegiatan merekrut individu yang telah mempunyai intangible assets sesuai dengan kebutuhan organisasi. Intangible assets sesuai dengan kebutuhan organisasi, intangible assets tersebut diharapkan dapat memberikan skill serta pengalaman anggota untuk dapat dikembangkan dalam suatu perusahaan tersebut.

##### b) Dedicated Resource

Adalah suatu kegiatan menciptakan suatu unit kerja tertentu yang bertanggung jawab terhadap pengembangan pemikiran maupun ide – ide baru. Pembentukan maupun pengembangan divisi dalam organisasi yaitu salah satu contohnya.

##### c) Fusion

Adalah kegiatan membangun kerja sama tim (teamwork) yang terdiri dari berbagai orang dengan latar belakang maupun perspektif keahlian yang berbeda – beda untuk dapat menciptakan suatu sinergi.

##### d) Adaption

Adalah kegiatan melakukan penyesuaian terhadap perkembangan pasar, terutama sangat dibutuhkannya SDM yang dapat menyerap serta memanfaatkan new knowledge serta skill dengan cepat.

##### e) Network

Adalah knowledge yang dihasilkan dari suatu pembentukan tim yang tidak ter-struktural serta tim informal yang dibentuk sendiri oleh pegawai berdasarkan minat tertentu. Sehingga, jika tim – tim tersebut semakin meluas dalam suatu organisasi maka network akan terbentuk. Disisi lain, network juga dapat dibentuk melalui pembicaraan langsung, lewat telepon, lewat e-mail maupun groupware untuk dapat saling share expertise serta solve problem bersama – sama.

### 1.5.2 Penerapan Knowledge Creation

Dalam penerapan knowledge creation, yang paling penting diperhatikan yaitu bagaimana proses pengetahuan diciptakan serta dikelola. Menurut (Nonaka, Ikujiro Takeuchi, 1995) pada bagian ini dikembangkan suatu kerangka dasar pengetahuan yang dapat diintegrasikan ke dalam suatu teori Knowledge Creation dalam suatu organisasi; kerangka dasar tersebut terdiri dari dua dimensi, antarlain yaitu, epistemologi dan ontology,(Nonaka, Ikujiro Takeuchi, 1995) yang dijelaskan seperti gambar berikut ini.

**Gambar 1. 5**  
**Dua Dimensi Knowledge Creation**



*Sumber: Dua dimensi, Knowledge Creation (Nonaka dan Hirotaka Takeuchi, 1995 : 57)*

Pengetahuan diciptakan melalui interaksi antara suatu dimensi epistemologi serta dimensi ontology. Dimensi epistemologi terdiri dari interaksi antara tacit knowledge dan explicit knowledge. Namun disisi lain, dimensi ontology menunjukkan tingkatan pengetahuan dari yang paling rendah ke tingkatan yang paling tinggi seperti individu, kelompok, organisasi, dan interorganisasi. Polanyi seorang ahli kimia merupakan orang pertama yang memperkenalkan bahwa pengetahuan terdiri dari dua jenis, yaitu pengetahuan tacit serta pengetahuan eksplisit. Pengetahuan tacit yaitu pengetahuan yang

diam pada dalam benak individu dalam bentuk intuisi, judgement, skill, value, serta belief yang sangat sulit diformalisasikan serta dibagikan kepada individu lainnya. Namun disisi lain, pengetahuan eksplisit yaitu pengetahuan yang dapat terkodifikasi dalam bentuk dokumen maupun bentuk berwujud lainnya sehingga dapat dengan mudah ditransfer serta didistribusikan dengan menggunakan berbagai media.

### 1.5.3 Penelitian Terdahulu

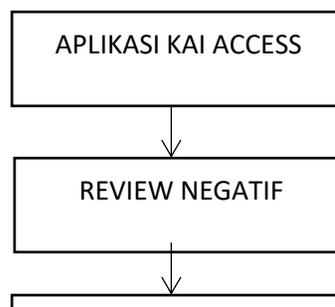
Penelitian – penelitian terdahulu yang peneliti kumpulkan yang berkaitan dengan analisis literasi digital yang telah dilakukan sebelumnya dan dijadikan sebagai referensi penulis dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1. 4**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Peneliti / Tahun</b>	<b>Judul</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Meilindra Rahmasari Refindra / 2018	Pemanfaatan Aplikasi KAI Access Dalam Meningkatkan Penjualan Tiket Online PT. Kereta Api Medan	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu PT.KAI seharusnya lebih mempermudah dalam pemesanan tiket api melalui aplikasi KAI Access agar masyarakat tidak terganggu dalam pemesanan tiket kereta api, serta dimanfaatkan lagi fitur – fitur yang ada di sosial media dalam mempermudah pemesanan tiket kereta api online ini agar masyarakat tidak kecewa dalam pemesanan tiket, dan lebih memanfaatkan promosi KAI Access di setiap event – event yang berada di kota medan agar masyarakat tahu bahwa pemesanan tiket kereta api dapat dilakukan secara online dan tidak perlu harus ke stasiun untuk memesan tiket kereta api.
Rahradhania Riva Dwi Fortuna / 2021	Penerapan KAI Access dan Peningkatan Kualitas Pelayanan Transportasi (PT.Kereta Api Indonesia (Persero)	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu bahwa PT. Kereta Api Indonesia (Persero) menyediakan layanan aplikasi online yaitu kualitas pelayanan pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II

Peneliti / Tahun	Judul	Hasil Penelitian
	Divisi Regional II Sumatera Barat)	Sumatera Barat memiliki beberapa kendala dari Aplikasi KAI Access yaitu aplikasi KAI Access mengalami gangguan yang dapat mengganggu pengguna dalam memesan tiket dan kurangnya pemahaman penumpang dalam menggunakan aplikasi KAI Access dikarenakan yang menaiki kereta api rata – rata usia lanjut yang tidak begitu bisa menggunakan smartphone.
Eko Yuwono / 2019	Peran Aplikasi KAI Access Dalam Meningkatkan Efektivitas Pelayanan Penjualan Tiket di Stasiun Besar Yogyakarta	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu bahwa penerapan penggunaan aplikasi KAI Access di Stasiun Besar Yogyakarta telah berperan dalam peningkatan efektifitas pelayanan penjualan tiket di stasiun Besar Yogyakarta. Peran tersebut telah dirasakan oleh penumpang, petugas loket, dan staff terutama dalam hal kemudahan dan efektivitas pelayanan, naun disisi lain masih terdapat beberapa kendala dalam penerapannya seperti gangguan server, kurangnya sosialisasi, dan masih adanya complain dari penumpang, hal tersebut harus ditinjau lebih dalam lagi oleh pihak PT.KAI agar konsumen merasa lebih nyaman lagi dalam menggunakan palikasi KAI Access.

#### 1.5.4 Desain Konsep





## **1.6 Definisi Konsep**

Definisi konsep dibutuhkan dalam sebuah penelitian untuk memberikan batasan pada pengertian dari variable – variable penelitian yang memiliki tujuan agar pembahasan masalah tidak kabur karena tidak jelasnya variable penelitian yang ada. Definisi konsep dari variable – variable tersebut yaitu sebagai berikut :

### **1.6.1 Digital Service**

Digital Service merupakan sebagai suatu layanan yang dapat diakses masyarakat melalui dunia digital. Layana digital tersebut beragam rupanya, mulai dari service keuangan, jasa kesehatan, serta transaksi maupun pertukaran data lain yang dilakukan secara daring (Digitalbisa, 2021).

System kerja digital service pastinya juga mengandalkan informasi serta data yang bersumber lebih dari satu computer. Penggabungan informasi dan data dari berbagai sumber dapat terjadi mengandalkan koneksi internet maupun jaringan fisik dari pihak penyedia digital service.

### **1.6.2 Kinerja Layanan**

Kinerja layanan merupakan suatu istilah secara umum yang dapat digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan maupun aktivitas dari suatu organisasi di suatu periode dengan referensi pada sejumlah standar seperti biaya – biaya masa lalu maupun yang diproyeksikan dengan dasar efisiensi, pertanggung jawaban maupun akuntabilitas manajemen dan semacamnya.

## **1.7 Definisi Operasional**

Definisi Operasional dibutuhkan dalam penelitian, dengan tujuan agar suatu konsep yang abstrak dapat diukur. Terdapat definisi operasional dari variable – variable penelitian tersebut, yaitu sebagai berikut :

### **1.7.1 Digital Service**

Digital Service dapat diartikan sebagai suatu layanan yang disediakan dalam format otomatis serta dapat disediakan melalui berbagai bentuk, antara lain aplikasi maupun platform (Digitalbisa, 2021).

## **1.7.2 Kinerja Layanan**

Kinerja layanan merupakan suatu istilah secara umum yang dapat digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan maupun aktivitas dari suatu organisasi di suatu periode dengan referensi pada sejumlah standar seperti biaya – biaya masa lalu maupun yang diproyeksikan dengan dasar efisiensi, pertanggung jawaban maupun akuntabilitas manajemen dan semacamnya khususnya pada PT.Kereta Api Indonesia untuk meningkatkan kinerja pada PT.Kereta Api Indonesia.

## **1.8 Metode Penelitian**

### **1.8.1 Desain Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian Kualitatif juga merupakan suatu pendekatan induktif untuk penyusunan pengetahuan yang menggunakan riset dan menekankan subjektivitas serta arti pengalaman bagi individu.

Menurut (Singarimbun, 2008), penelitian digolongkan menjadi tiga, yaitu sebagai berikut:

#### **1. Penelitian Eksploratif**

Yaitu penelitian yang bersifat terbuka, yang berusaha untuk menelusuri atau menggali ada tidaknya suatu masalah atau ingin mengetahui secara mendalam akan suatu masalah tertentu.

#### **2. Penelitian Deskriptif**

Yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan suatu gejala sosial tertentu, dalam menghimpun fakta tidak menggunakan hipotesis namun terdapat analisis table, analisis presentase, analisis deduktif – induktif, dan sebagainya.

#### **3. Penelitian Eksplantori**

Yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan antara variable – variable melalui pengujian hipotesa.

Maka desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Penelitian dengan tipe Pendekatan Kualitatif yaitu menghasilkan kata – kata deskriptif secara tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang

terjadi. Menurut Moleong penelitian deskriptif menekankan pada data berupa kata – kata, gambar dan bukan angka yang disebabkan oleh penerapan metode kualitatif(Moleong, 2007). Dalam hal ini, semua orang atau narasumber yang ditemukan dapat berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang diteliti. Pada umumnya, pengguna pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena sosial melalui gambaran holistic (yaitu menekankan pentingnya keseluruhan dan keterkaitan antara bagian – bagian yang membentuknya), memperbanyak pemahaman secara mendalam serta menemukan teori baru. Dalam penelitian ini akan dijelaskan Analisis Pengembangan Literasi Digital Dalam Kinerja Layanan PT.Kereta Api Indonesia (Persero).

### **1.8.2 Situs Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya(Sugiyono, 2014).

Lokasi penelitian yakni PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang yang berada di JL. MH Thamrin No.3, Miroto, Kecamatan Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah, 50133. Adapun dalam ini yang menjadi populasi adalah konsumen sebagai pengguna Aplikasi KAI Access dan Karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang.

### **1.8.3 Subjek Penelitian**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus betul – betul representative(Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini tidak seluruh populasi diambil, karena itu dalam penelitian ini digunakan sampel.

Dalam penelitian ini, yang digunakan sebagai subjek penelitian adalah PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang bergerak dibidang Transportasi. Adapun subjek dari penelitian ini terdiri dari Staf Ticketing, dan pengguna Aplikasi KAI Access.

### **1.8.4 Informan Penelitian**

Informan (narasumber) penelitian adalah seorang yang memiliki informasi mengenai objek penelitian tersebut. Informan dalam penelitian ini yaitu berasal dari

wawancara langsung yang disebut sebagai narasumber. Dalam penelitian ini menentukan informan dengan menggunakan teknik purposive, yaitu suatu objek yang peneliti teliti.

Purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Perkembangan tertentu ini seperti contoh orang tersebut yang dianggap tahu tentang apa yang kita harapkan atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek maupun situasi yang diteliti, atau dapat disebut dengan kata lain pengambil sampel diambil berdasarkan kebutuhan penelitian. Kriteria pengambilan data dari informan pengguna Aplikasi KAI Access yaitu informan tersebut pernah menggunakan Aplikasi KAI Access, dalam pengoperasionalan Aplikasi KAI Access informan pernah mengalami permasalahan, informan paham akan penggunaan Aplikasi KAI Access. Sedangkan kriteria untuk Informan Internal pihak PT. Kereta Api Indonesia yaitu Assman minimal 1 tahun menjabat, Pelaksana minimal 3 tahun berdomisili di DAOP IV Semarang, Assman paham akan permasalahan Aplikasi KAI Access, Pelaksana paham akan bidang SDM khususnya diklat dan diklap, Assman telah mendalami terkait Unit Angkutan Penumpang dan SDM.

Sehingga, penentu sampel dalam penelitian kualitatif dilakukan saat peneliti mulai memasuki lapangan serta selama penelitian berlangsung. Caranya yaitu seorang peneliti memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan, selanjutnya berdasarkan data maupun informasi yang diperoleh dari sample sebelumnya yaitu peneliti dapat menetapkan sampel lainnya yang dipertimbangkan akan memberikan data lebih lengkap (Sugiyono, 2008). Adapun yang menjadi sampel sebagai berikut.

**Tabel 1.5**  
**Informan Penelitian**

<b>No</b>	<b>Status</b>	<b>Jumlah</b>
1	Assman Customer Service Daop IV Semarang	1
2	Assman Pemasaran Angkutan Penumpang DAOP IV Semarang	1

3	Pelaksana SDM	1
4	Konsumen Pengguna Aplikasi KAI Access	5
Jumlah		8

### 1.8.5 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Kualitatif yaitu data yang berbentuk pendapat atau judgement sehingga tidak berupa angka, melainkan berupa kata atau kalimat.

### 1.8.6 Sumber Data

Sumber data yang diperoleh penelitian ini yaitu berupa :

#### a) Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018a). Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Peneliti menggunakan hasil wawancara yang didapatkan dari informan mengenai topik penelitian sebagai data primer.

Wawancara dilaksanakan pada tanggal 23 Mei 2022. Sehubungan dengan adanya WFH pada pandemi Covid-19, peneliti tidak dapat melakukan wawancara secara langsung (face to face) dengan terus menerus, namun peneliti mendapatkan informasi dari wawancara juga dengan melalui Whatsapp yang dilaksanakan beberapa kali sepanjang penelitian ini berlangsung.

Berikut merupakan desain informan yang nantinya akan digunakan dalam pelaksanaan pengambilan data primer.

**Tabel 1. 6**  
**Desain Informasi Konsumen**

No	Konsep	Fakta	Daftar Pertanyaan	Narasumber
----	--------	-------	-------------------	------------

1	Review	<p>. susah nya konsumen dalam melakukan register dan login akun KAI Access</p> <p>2. Aplikasi KAI Access sering loading, bug error, sering nya aplikasi keluar sendiri saat digunakan</p> <p>3. Tidak bisa order lebih dari 1 tiket dalam 1 akun</p> <p>4. Susah dalam melakukan pembayaran, jika menggunakan KAI PAY harus top up dengan nominal kelipatan 50.000 sehingga konsumen yang harga tiket nya tidak kelipatan 50.000 merasa terganggu dengan peraturan tersebut, dan dana yang sudah di top up kan sisanya tidak dapat dicairkan, serta menu pembayaran pada saat konsumen ingin melakukan pembayaran tidak ada pilihan KAI PAY.</p>	<p>1. Apakah dalam menggunakan aplikasi KAI Access susah dalam melakukan register dan login akun kai Access?</p> <p>2. Apakah pada saat digunakan aplikasi sering loading, nge bug dan error?</p> <p>3. Apakah dalam melakukan pembelian tiket pada Aplikasi KAI Access tidak dapat digunakan konsumen untuk order lebih dari 1 tiket sekaligus ?</p> <p>4. Apakah KAI PAY tidak berfungsi dengan baik?</p>	<p>1. Konsumen pengguna Aplikasi KAI Access dengan kriteria :</p> <p>- Pengguna transportasi kereta api tiap minggu nya</p> <p>- Berpengalaman menggunakan Aplikasi KAI Access</p>
2	Kinerja Layanan	<p>1. Keandalan para staff PT.KAI dalam menangani masalah yang timbul</p>	<p>1. Apakah staff PT.KAI selalu handal dalam menangani masalah yang</p>	<p>1. Konsumen pengguna Aplikasi KAI Access dengan kriteria :</p>

		<p>2. Keramahan para staff PT.KAI dalam memberikan keterangan</p> <p>3. Memberikan layanan yang terbaik sejak awal ataupun pertama kali konsumen meminta bantuan terhadap salah satu staff KA</p> <p>4. Kesopanan para staff / petugas didalam KA</p> <p>5. Penampilan yang baik dan menarik secara keseluruhan pada KA</p> <p>6. Staff PT.KAI selalu memberikan Komunikasi yang mudah dipahami</p>	<p>timbul, terutama pada aplikasi kai Access?</p> <p>2. Apakah staff PT.KAI selalu ramah dalam memberikan penjelasan kepada konsumen terkait aplikasi KAI Access?</p> <p>3. Apakah staff PT.KAI selalu memberikan layanan yang terbaik terhadap konsumen ?</p> <p>4. Apakah dalam memberikan keterangan terkait aplikasi kai Access terhadap konsumen staff selalu sopan?</p> <p>5. Apakah staff PT.KAI selalu berpenampilan yang baik dan menarik dalam memberikan layananannya kepada konsumen KA?</p> <p>6. Apakah staff PT.KAI selalu memberikan komunikasi yang mudah dipahami kepada konsumen ?</p>	<p>- Pengguna transportasi kereta api tiap minggu nya</p> <p>-Berpengalaman menggunakan Aplikasi KAI Access</p>
--	--	---	---	---

**Tabel 1. 7**  
**Desain Informasi Unit Angkutan Penumpang PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 4**  
**SEMARANG**

No	Konsep	Fakta	Daftar Pertanyaan	Narasumber
1	Review	<p>1. susahnya konsumen dalam melakukan register dan login akun KAI Access</p> <p>2. Aplikasi KAI Access sering loading, bug error, seringnya aplikasi keluar sendiri saat digunakan</p> <p>3. Tidak bisa order lebih dari 1 tiket dalam 1 akun</p> <p>4. Susah dalam melakukan pembayaran, jika menggunakan KAI PAY harus top up dengan nominal kelipatan 50.000 sehingga konsumen yang harga tiketnya tidak kelipatan 50.000 merasa terganggu dengan peraturan tersebut, dan dana yang sudah di top up kan sisanya tidak dapat dicairkan,</p>	<p>1. Mengapa aplikasi KAI Access susah dalam melakukan register dan login akun kai Access?</p> <p>2. Mengapa pada saat digunakan aplikasi sering loading, nge bug dan error?</p> <p>3. Mengapa Aplikasi KAI Access tidak dapat digunakan konsumen untuk order lebih dari 1 tiket sekaligus ? disisi lain, banyak konsumen yang ingin membeli tiket lebih dari 1 tiket.</p> <p>4. Mengapa KAI PAY tidak berfungsi dengan baik?</p>	<p>1. Assman Customer Service Daop IV Semarang (Ibu Laksmi)</p> <p>2. Assman Pemasaran Angkutan Penumpang DAOP IV Seamarang (Ibu Febrita)</p>

		serta menu pembayaran pada saat konsumen ingin melakukan pembayaran tidak ada pilihan KAI PAY.		
2	Knowledge Creation	<p>1. KAI terus kembangkan SDM untuk memajukan perkeretaapian Indonesia</p> <p>2. PT.KAI dalam meningkatkan kinerja karyawan dalam perusahaan dengan cara melakukan pemberian motivasi, serta pemberian diklat meliputi “Diklat On the Job Diklat Of the Job”</p>	<p>1. Apakah PT.KAI selalu mengembangkan SDM nya untuk dapat mengembangkan perkeretaapian Indonesia ?</p> <p>2. Apakah PT.KAI selalu memberikan Diklat dan Motivasi yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja karyawannya ?</p>	1. Pelaksana SDM (Ibu Dian Fitriyana)
3	Digital Service	1. Dibentuknya Aplikasi KAI Access	1. Apakah dengan adanya aplikasi KAI Acces, pekerjaan staff bagian ticketing merasa terbantu ?	<p>1. Assman Customer Service Daop IV Semarang (Ibu Laksmi)</p> <p>2. Assman Pemasaran</p>

				Angkutan Penumpang DAOP IV Semarang (Ibu Febrita)
4	Sosialisasi dan promosi aplikasi KAI Access	1. Sosialisasi dan Promosi Aplikasi kai Access di DAOP 4 Semarang	1. Apakah dengan dilakukannya sosialisasi terkait aplikasi KAI Access dapat mengurangi permasalahan terkait konsumen yang belum paham dengan cara penggunaan aplikasi KAI Acces?	1. Assman Customer Service Daop IV Semarang (Ibu Laksmi)  2. Assman Pemasaran Angkutan Penumpang DAOP IV Semarang (Ibu Febrita)
5	Pengembangan aplikasi KAI Access	1. Beberapa konsumen merasa puas sangat menggunakan aplikasi kai Acces  2. Terdapat review positif pada penlian aplikasi KAI Access	1. Apakah sudah tidak ada review negative setelah diperbarui nya aplikasi KAI Acces ?  2. Apakah setelah diperbaruinya aplikasi kai Access, konsumen akan merasa nyaman	1. Assman Customer Service Daop IV Semarang (Ibu Laksmi)  2. Assman Pemasaran Angkutan

			<p>dalam menggunakan aplikasi KAI Access?</p> <p>3. Setelah dilakukan pengembangan aplikasi KAI Access apakah akan meningkat rating di play store ?  ingat sekarang ini rating aplikasi KAI Acces adalah bintang 2,4 dari 5 di App Store, dan 3,7 di Play Store</p>	<p>Penumpang DAOP IV Semarang (Ibu Febrita)</p>
--	--	--	---	---

**b) Data Sekunder**

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2018a). Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian.

**1.8.7 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini peneliti memilih jenis penelitian kualitatif maka data yang diperoleh haruslah mendalam, jelas dan spesifik. Menurut (Sugiyono, 2014) bahwa pengumpulan data dapat diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi dan gabungan / triangulasi (Sugiyono, 2009). Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan cara wawancara.

**a. Wawancara**

Wawancara terstruktur yaitu teknik pengumpulan data bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan di peroleh. Peneliti menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan – pertanyaan tertulis yang alternative jawabannya sudah di siapkan(Sugiyono, 2010).

Namun, disini peneliti memilih melakukan wawancara mendalam, dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi yang kompleks, yang sebagian besar berisi pendapat, sikap dan pengalaman pribadi. Akan tetapi, untuk menghindari kehilangan informasi maka peneliti meminta ijin kepada informan untuk menggunakan alat perekam, dan sebelum dilakukan wawancara mendalam peneliti menjelaskan atau memberikan sekilas gambaran dan latar belakang secara ringkas dan jelas mengenai topic penelitian.

#### **b. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip,dokumen,tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta ketengan yang dapat mendukung penelitian (sugiyono, 2018)yang berhubungan dengan PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Hasil penelitian dari wawancara akan semakin sah dan dapat dipercaya apabila didukung oleh dokumen dan foto.

### **1.8.8 Analisis dan Interpretasi Data**

#### **1. Analisis Data**

Analisis data kualitatif menurut (Sugiyono, 2014) adalah proses mencari dan menyusun sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan – bahan lain, sehingga mudah dipahami dan temuan yang didapatkan dengan mudah diinformasikan kepada orang lain(Sugiyono, 2009). Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa langkah awal dari analisis data adalah mengumpulkan data yang ada, menyusun secara sistematis, kemudian mempresentasikan hasil penelitiannya kepda orang lain. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian

kualitatif mencakup transkrip hasil wawancara, reduksi data, interpretasi data dan triangulasi.

Analisis data dimulai dengan melakukan wawancara mendalam dengan informasi kunci, yaitu seseorang yang benar – benar memahami dan mengetahui situasi obyek penelitian. Setelah melakukan wawancara, analisis data dimulai dengan membuat transkrip hasil wawancara, dengan cara memutar kembali rekaman hasil wawancara, mendengarkan dengan seksama, kemudian menuliskan kata – kata yang didengar sesuai dengan apa yang ada direkaman tersebut. Setelah peneliti menulis hasil wawancara tersebut kedalam transkrip, selanjutnya peneliti harus membaca secara cermat untuk kemudian dilakukan reduksi data. Peneliti membuat reduksi data dengan cara membuat abstraksi, yaitu mengambil dan mencatat informasi – informasi yang bermanfaat sesuai dengan konteks penelitian atau mengabaikan kata – kata yang tidak perlu sehingga didapatkan inti kalimatnya saja, tetapi bahasanya sesuai dengan bahasa informan.

Untuk analisis data yang telah diperoleh dari berbagai sumber maka data tersebut diolah dengan langkah – langkah sebagai berikut :

- a. Data disekresi dan dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan untuk menjawab masalah penelitian
- b. Data diolah sesuai dengan masalah penelitian
- c. Analisa data dengan menggunakan kata – kata yang sederhana sebagai jawaban terhadap masalah

**Tabel 1.8**  
**Tabel Analisis Data Aplikasi KAI Acces**

<b>No</b>	<b>Keadaan Sekarang Aplikasi KAI Access</b>	<b>Pengembangan Aplikasi KAI Access</b>
1	Susah nya melakukan register dan login akun	Menjadi aplikasi yang user friendly, memberi kenyamanan konsumen pada saat melakukan register dan login akun pengguna
2	Aplikasi sering ngebug dan error	Menjadi aplikasi yang memiliki ukuran RAM lebih ringan sehingga dapat digunakan di OS dan iOS apapun sehingga

		pada saat digunakan aplikasi tidak ngebug dan error
3	Pembayaran transaksi yang tidak mendukung	Menjadi aplikasi yang memiliki banyak fitur pembayaran yang berfungsi dengan baik, sehingga konsumen pengguna Aplikasi merasa terbantu pada saat ingin melakukan pembayaran, serta adanya fitur pencairan dana dan tidak ada minimal top up, agar pengguna lebih nyaman dalam menggunakan aplikasi
4	Pembelian tiket melalui Aplikasi KAI Access (iOS) tidak bisa lebih dari 1 tiket	Dapat memasukan lebih dari satu ID (Nomor NIK) agar pengguna iOS dapat melakukan pembelian lebih dari 1 tiket
5	Fitur ubah jadwal yang tidak dapat difungsikan	Fitur ubah jadwal yang dapat difungsikan dengan baik, agar pengguna aplikasi pada saat ingin reschedule tiket tidak harus datang ke CS Stasiun pemberangkatan

## 2. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, flowchart dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami. Selain itu menurut (Sugiyono, 2018b) penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya namun yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, dan tersusun sehingga akan semakin mudah dipahami (Sugiyono, 2018c)

## 3. Menarik Kesimpulan

Langkah akhir dalam menganalisis penelitian kualitatif yaitu penarikan kesimpulan. Menurut (Sugiyono, 2018d) kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan pada penelitian kualitatif adalah suatu temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi maupun gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.