BAB II
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN IDENTITAS RESPONDEN PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAOP 4 SEMARANG

2.1 Sejarah PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Pada hari jumat tanggal 17 Juni 1864 sejarah perkeretaapian di Indonesia diawali dengan penggalian pertama kali penggarapan jalur KA (kereta api) dari Semarang hingga Solo dan Yogyakarta (*Vorstenlanden)* di Desa Kemijen yang dipimpin oleh Mr. L.A.J Baron Sloet van de Beele sebagai Gubernur Jenderal Hindia Belanda. Pembangunan ini dilakukan oleh salah satu perusahaan swasta, yaitu Naamlooze Vennootschap Nederlands(ch)-Indische Spoorweg Maatschappij (N.V.NISM) dengan lebar kereta 1435 mm.

Kemudian, pada tanggal 8 April 1875 oleh pemerintah Hindia Belanda melakukan pembangunan jalur KA (kereta api) oleh Staatssporwegen (SS). Rute pertama yang dibuka oleh Staatssporwegen (SS), yaitu Malang, Pasuruan, dan Surabaya,. NISM dan SS berhasil membujuk investor dari swasta untuk membangun jalur kereta api, seperti Pasoeroean Stoomtram Maatschappij (Ps.SM), Malang Stoomtram Maatschappij (MS), Modjokerto Stoomtram Maatschappij (MSM), Serajo edal Stoomtram Maatschappij (SDS), Probolinggo Stoomtram Maatschappij (Pb.SM), Semarang Joana Stoomtram Maatschappij (SJS), Kediri Stoomtram Maatschappij (KSM), Deli Spoorweg Maatschappij (DSM), Semarang Cheribon Stoomtram Maatschappij (SCS), Madoera Stoomtram Maatschappij (Mad.SM), dan Oost Java Stoomtram Maatschappij (OJS).

Penggarapan jalan kereta api juga dilakukan di Aceh pada tahun 1876, Sumatera Utara pada tahun 1889, Sumatera Barat pada tahun 1891, Sumatera Selatan pada tahun 1914, dan Sulawesi pada tahun 1922. Kemudian, pada daerah lain seperti di Lombok, Bali, dan Kalimantan sementara dilakukan peninjauan yang memungkinkan akan dibangun jalan kereta api. Hingga tahun 1928 akhir, panjang jalan kereta api dan trem di Indonesia mencapai 7.464 km dengan perincian rel milik pemerintah sepanjang 4.089 km dan swasta sepanjang 3.375 km.

Kemudian, Pemerintah Hindia Belanda menyatakan mundur dan menyerah kepada Jepang pada tahun 1942. Sejak saat itu, perusahaan kereta api Indonesia langsung diambil alih oleh Pemerintah Jepang dengan merubah nama menjadi Rikuyu Sokyuku (Dinas Kereta Api). Pada saat kekuasanaan Jepang, kegiatan operasional kereta api di fokuskan untuk kepentingan perang dan pengangkutan hasil tambang batu bara guna menjalankan mesin-mesin perang mereka.

Indonesia sudah memproklamasikan kemerdekaannya pada tanggal 17 Agustus 1945. Lalu, beberapa hari kemudian stasiun dan kantor pusat kereta api didaulat secara langsung dari kekuasaan Pemerintah Jepang. Pada tanggal 28 September 1945 merupakan puncak pengambil alihan Kantor Pusat Kereta Api di Bandung. Maka dari itu diperingati sebagai Hari Kereta Api Indonesia dan sekaligus ditandai sebagai berdirinya Djawatan Kereta Api Indonesia Republik Indonesia (DKARI). Pada tahun 1946, Belanda kembali ke Indonesia dan membentuk kembali perusahaan kereta api di Indonesia yang bernama Staatssporwegen/Verenigde Spoorwegbedrif (SS/VS), gabungan SS dan seluruh perusahaan kereta api swasta (kecuali DSM).

Pada Desember 1949 dilakukan Konferensi Meja Bundar (KMB) dengan agenda mengambil alih aset-aset milik pemerintah Hindia Belanda. Tahun 1950, penggabungan antara DKARI dan SS/VS menjadi Djawatan Kereta Api (DKA). Selanjutnya, anggal 25 Mei DKA berganti menjadi Perusahaan Negara Kereta Api (PNKA). Kemudian, tahun 1971 truktur PNKA dirubah oleh pemerintah menjadi Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA). Untuk meningkatkan pelayanan jasa angkutan kereta api, tahun 1991 PJKA menjadi Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka). Tahun 1998, Perumka berubah menjadi PT (Perseroan Terbatas), PT. Kereta Api Indonesia (Persero) hingga sekarang.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki beberapa kegiatan usaha yang menjadi sumber pendapatan bagi perusahaan. Bagian usaha PT Kereta Api Indonesia (Persero) meliputi angkutan penumpang, angkutan barang, pendukung angkutan kereta api, pendapatan non angkutan, dan subsidi pemerintah. KAI memiliki beberapa anak perusahaan untuk membantu menjalankan kelima bagian usaha tersebut. Berikut tujuh anak perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero), yakni

PT Kereta Commuter Indonesia (2008), PT KA Logistik (2009), PT KA Pariwisata (2009), PT KA Properti Manajemen (2009), PT Reska Multi Usaha, PT Railink/KA Bandara (2006), KAI Services (2003), dan PT Pilar Sinergi BUMN Indonesia (2015).

2.2 Profil PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 4 Semarang

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 4 Semarang merupakan salah satu bagian daerah operasi perkeretaapian yang ada di Indonesia, setiap daerah operasi dipimpin oleh seorang Kepala Daerah Operasi (Kadaop). Awal mula letak PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 4 Semarang terdapat di Jalan Tawang No. 1 Semarang, seiring berjalannya waktu pindah sampai sekarang di Jalan MH Thamrin No. 3 Semarang. Memiliki panjang jalur operasional sepanjang 656 km.

Tabel 2.1
Jalur Operasional Kereta Api Daerah Operasi 4 Semarang

No.	Jalur Operasional Kereta Api	Panjang Jalur
1.	SM Poncol – SM Tawang	4 KM
2.	SM Poncol – Tegal	148 KM x 2 = 296 KM
3.	SM Tawang – Gambringan	60 KM x 2 = 120 KM
4.	Gambringan – Cepu	79 KM x 2 = 158 KM
5.	Gambringan – Gundih	10 KM
6.	Bumbrung – Gundih	53 KM
7.	Tuntang – Ambarawa	6 KM
8.	Ambarawa - Bedono	9 KM

Sumber: ppid.kai.id, 2021

Tabel 2.2
Jenis Stasiun Daerah Operasi 4 Semarang

No.	Jenis Stasiun	Nama Stasiun
1.	Stasiun Besar A	Tegal, Semarang Poncol, Semarang Tawang
2.	Stasiun Besar C	Pekalongan, Cepu
3.	Stasiun Kelas 1	Pemalang, Weleri, Ngrombo, Gundih, Brumbung
4.	15 Stasiun Kelas 2	
5.	19 Stasiun Kelas 3	

Sumber: ppid.kai.id, 2021

2.3 Visi dan Misi PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Setiap perusahaan pada dasarnya memiliki visi dan misi yang menjadi sebuah panutan dan gambaran situasi mengenai arah gerak kemana tujuan perusahanan kedepannya. Kemudian, secara umum visi dan misi merupakan rangkaian kata yang menunjukkan impian, cita-cita atau nilai inti sebuah keinginan sekelompok orang atau secara pribadi dengan pandangan yang jauh ke masa depan demi mencapai sebuah tujuan perusahaan yang diinginkan. Visi dan misi dapat berkembang dan berubah seiring perkambangan zaman yang belum tentu dapat diprediksi kedepannya.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang jasa transportasi yang tentunya memiliki arah gerak dan tujuan yang dituangkan dalam visi dan misi perusahaan. Maka dari itu, PT Kereta Api Indonesia (Persero) ingin memberikan pelayanan yang terbaik guna memenuhi kebutuhan dan memberikan fasilitas terbaik bagi konsumen untuk melakukan perjalanan jarak dekat maupun jauh dengan menggunakan kereta api.

2.3.1 Visi Perusahaan

Menjadi solusi ekosistem transportasi terbaik untuk Indonesia.

2.3.2 Misi Perusahaan

1. Untuk menyediakan sistem transportasi yang aman, efisien, berbasis digital, dan berkembang pesat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. Untuk mengembangkan solusi transportasi massal yang terintegrasi melalui investasi dalam sumber daya manusia, infrastruktur, dan teknologi.
3. Untuk memajukan pembangunan nasional melalui kemitraan dengan para pemangku kepentingan, termasuk memprakarsai dan melaksanakan pengembangan infrastruktur-infrastruktur penting terkait transportasi.

2.4 Logo PT Kereta Api Indonesia (Persero)

2.4.1 Bentuk dan Arti Logo

PT Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang jasa transportasi. Hal tersebut dapat dilihat

langsung dari penggambaran logo barunya yang diluncurkan bertepatan hari ulang tahunnya ke-75 tahun.

Penggambaran logo baru merupakan jalur rel kereta api yang berupa tulisan huruf kapital KAI. Mendapatkan inspirasi dari bentuk rel kereta yang digambarkan dengan garis menyambung ke atas pada huruf A, yang memiliki harapan KAI dapat terus maju dan menjadi solusi ekosistem transportasi terbaik yang terintegrasi, terpercaya, bersinergi, dan kelak dapat menghubungkan Indonesia dari Sabang sampai Merauke.

Menggunakan *typeface italic* yang dinamis dan dimodifikasi pada huruf A menggambarkan karakter KAI yaitu progresif, berfikiran terbuka, dan terpecaya. Grafik yang tegas namun ramah dengan perbedaan warna pada huruf diharapkan dapat mencerminkan hubungan yang harmonis dan kompeten antara KAI dan seluruh pemangku kepentingan.

2.4.2 Warna Logo

Memiliki perpaduan antara warna biru tua yang menunjukkan stabilitas, profesionalisme, amanah dan kepercayaan diri, yang ditambah dengan aksen warna oranye, yang menunjukan antusiasme, kreativitas, tekad, kesuksesan dan kebahagiaan.

Gambar 2.1
Logo PT Kereta Api Indonesia (Persero)
Sumber: Company Profile PT Kereta Api Indonesia (Persero), (2020)

2.5 Wilayah Operasional PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Wilayah operasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) mencakup Pulau Jawa yang dibagi berdasarkan Daerah Operasi (DAOP) dan Pulau Sumatera yang dibagi berdasarkan Divisi Regional (DIVRE). Daerah operasi dan divisi regional merupakan pembagian daerah operasional kereta api Indonesia, langsung dibawah

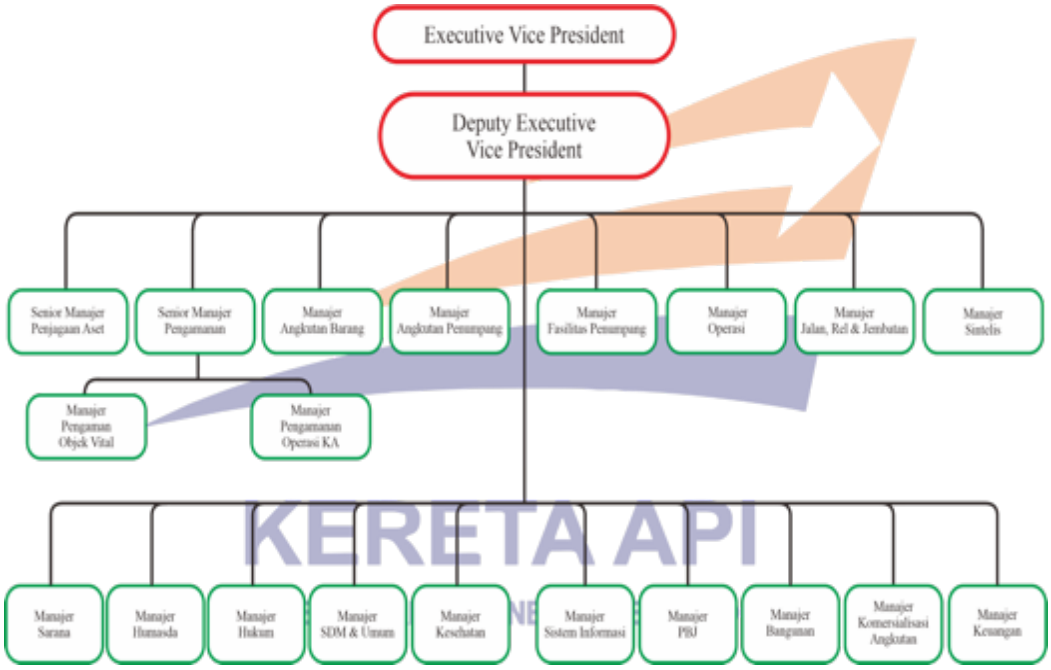
lingkup PT Kereta Api Indonesia (Persero) dan dibawah direksi PT Kereta Api Indonesia (Persero). Daerah operasi dipimpin oleh *Executive Vice President* (EVP) yang bertanggung jawab langsung kepada direksi PT Kereta Api Indonesia (Persero).

Gambar 2.2
Daerah Operasional (Daop) Pulau Jawa
Sumber: Company Profile PT Kereta Api Indonesia (Persero), 2021

Gambar 2.3
Wilayah Divisi Operasional (Divre) Pulau Sumatera
Sumber: Company Profile PT Kereta Api Indonesia (Persero), (2021)

2.6 Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 4 Semarang

Struktur organisasi adalah suatu bagan yang menggambarkan hubungan kerja, rangkaian perintah, serta kendali yang memiliki fungsi sebagai alur dan tugas pekerjaan secara formal. Pada setiap perusahaan pasti memiliki struktur organisasi yang jelas sebagai sebuah sistem untuk mengetahui hierarki dalam suatu perusahaan. Hal tersebut mendefinisikan setiap fungsi dan pekerjaan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Berikut disajikan gambar struktur organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 4 Semarang:

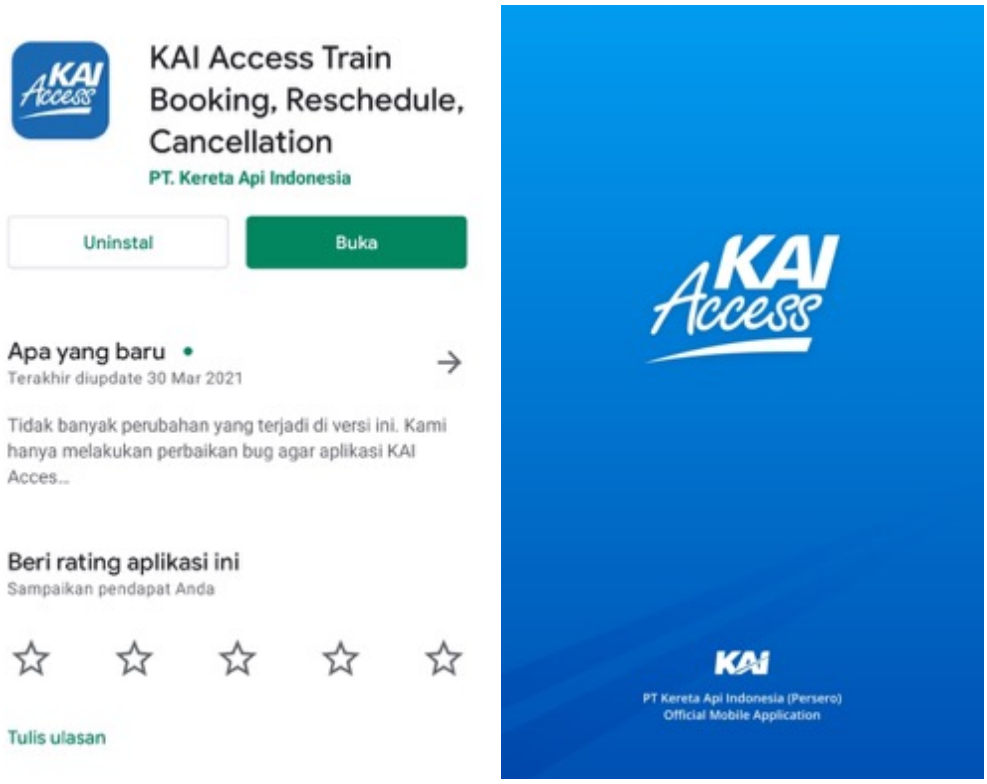


Gambar 2.4
Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 4 Semarang
Sumber: ppid.kai.id, (2020)

2.7 Gambaran Umum KAI Access

PT Kereta Api Indonesia (Persero) telah meluncurkan aplikasi resmi untuk melakukan pembelian tiket kereta api yang bernama KAI Access. Aplikasi tersebut diluncurkan pada 26 Juli 2014 dan saat ini sudah mulai dikenal oleh masyarakat. Aplikasi tersebut dapat digunakan melalui *smartphone* dengan basis android, apple, windows, dan blackberry. Diluncurkannya aplikasi KAI Access diharapkan dapat

memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan pembelian tiket kereta api secara *online*.



Gambar 2.5
Tampilan KAI Access pada Play Store
Sumber: Aplikasi KAI Access pada *Play Store*, (2020)

Aplikasi KAI Acces memiliki beragam fitur yang mendukung kemudahan dan kenyamanan layanan konsumen serta yang paling utama fitur penjualan tiket kereta api yang akan terus diperbaharui sesuai kebutuhan konsumen, sebagai berikut:

a. Melakukan Pemesanan Tiket Kereta Api Antar Kota dan Kereta Api Lokal
   Saat ini melakukan proses penjualan tiket kereta api tidak harus mengantre di loket stasiun atau secara *offline.* Layanan tiket kereta api yang tersedia berupa tiket kereta antar kota yang dapat dipesan 1 jam sebelum keberangkatan dan tiket kereta lokal yang dapat dipesan 10 menit sebelum keberangkatan.

b. Pemesanan Tiket Kereta dengan Tarif Reduksi

Tarif reduksi merupakan potongan harga tiket kereta jarak jauh untuk penumpang lanjut usia (lansia) diatas 60 tahun dan anak dibawah 3 tahun.

c. Pemesanan Tiket Pergi Pulang (Roadtrip)

Penumpang dapat melakukan pemesanan tiket kereta antar kota maupun lokal untuk perjalan pergi dan pulang, sehingga penumpang dapat memesan tiket keberangkatan dan kepulangan dengan sekali pesan.

d. Fitur Keranjang

Dengan menggunakan fasilitas fitur keMelranjang di aplikasi KAI Access dapat menerapkan *single billing* pada sistem *ticketing* aplikasi KAI Access. Penumpang dapat memesan beberapa tiket dengan satu kali bayar. Tiket-tiket yang sudah dipilih dan dimasukkan keranjang dapat dibayar secara bersamaan.

e. Fitur Tambahkan Tiket

Jika penumpang membeli tiket kereta api pada tempat yang berbeda atau di *channel* penjualan lainnya, tiket yang sudah dipesan dapat ditambahkan di aplikasi KAI Access, seperti ubah jadwal, pembatalan tiket, e-boarding pass, dan fitur lainnya.

f. Melakukan Perubahan Jadwal

Perubahan jadwal dilakukan dengan cara cukup menekan klik pada "ubah jadwal" dan ikuti langkah-langkah selanjutnya, maka pengguna dapat mengubah jadwal perjalanan KA sesuai kebutuhan selama kursi masih tersedia. Fitur ini bisa digunakan walaupun melakukan pembelian di tempat penjualan tiket lain, dengan ketentuan harus memiliki akun KAI Access yang terdaftar.

g. E-boarding Pass

Fitur ini hanya dapat digunakan bagi pengguna KAI Access. Pengguna tidak perlu lagi mencetak tiket pada mesin cetak tiket mandiri (CTM) atau *boarding pass*. Cukup menunjukkan *e-boarding pass* pada petugas, fitur ini akan muncul 2 jam sebelum keberangkatan.

h. Melakukan Perubahan Jadwal

Perubahan jadwal dilakukan dengan cara cukup menekan klik pada "ubah jadwal" dan ikuti langkah-langkah selanjutnya, maka pengguna dapat mengubah jadwal perjalanan KA sesuai kebutuhan selama kursi masih tersedia. Fitur ini bisa digunakan walaupun melakukan pembelian di tempat penjualan tiket lain, dengan ketentuan harus memiliki akun KAI Access yang terdaftar.

i. Pemesanan Bagasi Sepeda

Fitur ini hanya tersedia pada beberapa kereta saja, penumpang dapat menambahkan maksimal satu sepeda saat memesan tiket kereta api dengan aplikasi versi terbaru.

j. Integrasi Antar Moda (Pemesanan Tambahan Taksi)

Fitur ini dibuat untuk mengedepankan kenyamanan dan kepastian lebih kepada penumpang kereta api untuk menyelesaikan perjalanannya sampai tujuan akhir. Penumpang akan mendapatkan fasilitas pilihan untuk melakukan pesanan taksi Bluebird pada aplikasi KAI Access.

k. Program Railpoint

Program ini dirancang bagi pengguna setia aplikasi KAI Access. Melalui program ini, setiap melakukan pembelian tiket kereta api jarak jauh komersial, penumpang berpeluang memperoleh Railpoint. Setiap melakukan transaksi pembelian tiket kereta api sebesar Rp50.000 maka akan mendapatkan poin sebanyak 10 poin serta berlaku kelipatan dengan pembulatan ke bawah. Railpoint dapat digunakan di beberapa *merchant* yang melakukan kerjsama sama dengan PT Kereta Api Indonesia (Persero) dengan syarat dan ketentuan berlaku.

l. Pembayaran Melalui QRIS

Pada saat melakukan pembayaran tiket kereta api dapat memanfaatkan fitur ini yang akan memberikan kemudahan bagi penumpang kereta api dengan menggunakan aplikasi dompet digital yang sudah menerapkan metode tersebut. Cara penggunannya, pilih metode pembayaran QRIS, lalu download QRIS untuk menyimpan gambar QRIS-nya. Kemudian, pada

aplikasi dompet digital yang dipunya, unggah gambar QRIS yang sudah di *download*, dan transaksi selesai.

m. Layanan Tes Genose Covid-19

Sebelum melakukan perjalan kereta api, penumpang wajib menunjukkan keterangan bebas atau negatif Covid-19 demi kenyamanan bersama. Pada aplikasi KAI Access penumpang dapat memesan layanan tes genose covid 19 bersamaan dengan pembelian tiket kereta api yang terintegrasi langsung dengan data tiketnya.

2.8 Kegiatan Usaha PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki kegiatan usaha yang dibagi menjadi beberapa segmen sebagai sumber pendapatan bagi perusahaan. Kegiatan usaha tersebut meliputi angkutan penumpang, angkutan barang, pendukung angkutan kereta api, pendapatan non angkutan, dan subsidi yang berasal dari pemerintah meliputi PSO, IMO, dan Perintis. Guna melaksanakan 5 (lima) segmen kegiatan usaha tersebut, PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki beberapa anak perusahaan dan entitas asosiasi.

1. Angkutan Penumpang

   A. Kereta

   Sebagai perusahaan bidang transportasi yang mengelola perkeretapian di Indonesia telah banyak mengoperasikan kereta api penumpang, meliputi kereta api utama (Komersil dan Non Komersil), kereta api lokal di Jawa dan Sumatera, sebagai berikut:

   a. Kereta Api Eksekutif
   b. Kereta Api Bisnis
   c. Kereta Api Campuran (Eksekutif, Bisnis, dan Ekonomi)
   d. Kereta Api Ekonomi
   e. Kereta Api Lokal
   f. KRL

   B. Restorasi

   Setiap rangkaian kereta api dilengkapi dengan kereta makan yang digunakan sebagai restorasi. Restorasi kereta api memberikan pelayanan makanan dan

minuman selama perjalan yang dapat dinikmati oleh penumpang kereta api. Kru restorasi, meliputi: koki, prama, dan prami yang akan siap melayani penumpang selama perjalanan.

C. Kru Kereta Api

Kru kereta api adalah petugas kereta api yang bertanggung jawab selama perjalan. Kru kereta apa, meliputi: masinis, asisten masinis, kondektur, teknisi kereta api, dan runner AC. Semua kru bekerja secara professional melayani para penumpang kereta api.

D. Customer Service on Train

Petugas customer service bertugas menemani selama perjalanan penumpang kereta api yang siap menerima kritik, saran, dan complain sebagai acuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan pelayanan maksimal.

E. On Train Cleaning

Petugas *On Train Cleaning* (OTC) bertugas menjaga kebersihan kereta api selama perjalanan.

2. Angkutan Barang

a. Petikemas

Refrigerated containers, Standard containers, Hard-topcontainers, Open-top containers, Flatracks, Platforms (plats), Ventilates containers, Bulk containers, dan Tank containers.

b. Barang Curah Liquid/Cair

BBM, CPO, Semua bahan kimia cair yang tidak korosif, minyak goreng, air mineral, dan lain-lain.

c. Barang Curah

Batubara, pasir, semen, gula pasir, pupuk, beras, kricak, aspalt, klinker, dan lain-lain.

d. Barang Curah Liquid/Cair

BBM, CPO, semua bahan kimia cair yang tidak korosif, minyak goreng, air mineral, dan lain-lain.

e. Barang Retail

Barang elektronik, hasil produksi pabrik yang sudah dipaket, barang kiriman hantaran, barang potongan.

f. Barang Packaging

Semen, pupuk, gula pasir, besar, paletisasi.

3. Non Angkutan

PT Kereta Api Indonesia (Persero) terus mengembangkan potensi bisnis pada segmen non angkutan dengan melakukan optimalisasi nilai tambah aset. Perusahaan memiliki beberapa aset seperti bangunan, tanah, dan aset lainnya yang dimanfaatkan untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. Wujud dari kegiatan usaha non angkutan meliputi pengembangan area bisnis terpadu menggunakan konsep transit oriented development (TOD) di stasiun, persewaan tanah untuk tower, stockpile, container yard, pipa, *fiber optic*, toko, hotel, kantor, rumah, space reklame, dan lain-lain.

2.9 Identitas Responden

Identitas responden ditampilkan untuk mengetahui latar belakang atau kondisi responden yang dijadikan sebagai sampel. Identitas responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, rata-rata pendapatan per bulan, dan sudah berapa kali menggunakan jasa layanan KAI Access PT Kereta Api Indonesia (Persero). Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 97 orang dan yang menjadi responden adalah masyarakat yang berdomisili atau bertempat tinggal sementara di Semarang.

Metode pengisian kuesioner penelitian ini dilakukan secara *online* menggunakan *Google Form*, yang memiliki tujuan menanyakan pendapat para responden mengenai jawaban atas pertanyaan atau pernyataan yang diberikan. Melihat informasi yang telah diisi oleh responden, didapatkan keadaan responden mengenai jenis kelamin, domisili (kecamatan), usia, pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, rata-rata pendapatan per bulan, sudah berapa kali menggunakan aplikasi KAI Access untuk melakukan pembelian tiket kereta api, dan tujuan menggunakan jasa transportasi kereta api.

2.9.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden pada penelitian ini, dikelompokkan menjadi dua jeni, yaitu laki-laki dan perempuan. Terdapat 97 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian. Berikut dijabarkan pada tabel data yang berisi responden berdasarkan jenis kelamin, sebagai berikut:

Tabel 2.3
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	51	52,58
2.	Perempuan	46	47,42
Jumlah		**97**	**100%**

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.3 dapat dilihat adanya perbandingan antara responden laki-laki dengan perempuan. Jenis kelamin laki-laki lebih besar dibandingkan perempuan dengan persentase jumlah laki-laki sebanyak 51 responden (52,58%) dan persentase jumlah perempuan sebanyak 46 responden (47,42%). Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui pengguna aplikasi KAI Access di Semarang memiliki komposisi jenis kelamin laki-laki lebih senang membeli tiket kereta api melalui aplikasi KAI Access dibandingkan jenis kelamin perempuan.

2.9.2 Responden Berdasarkan Domisili

Domisili ialah tempat tinggal saat ini atau alamat di mana responden bertempat tinggal. Diperoleh dari hasil pengisian kuesioner, pengguna aplikasi KAI Access di Semarang terdiri dari berbagai macam kecamatan. Berdasarkan klarifikasi kecamatan yang ada di Semarang, maka diperoleh komposisi responden, sebagai berikut:

Tabel 2.4
Identitas Responden Berdasarkan Domisili

No.	Kecamatan di Semarang	Jumlah	Persentase (%)
1.	Tembalang	45	46,39
2.	Banyumanik	11	11,34
3.	Candisari	10	10,31
4.	Pedurungan	8	8,25
5.	Semarang Selatan	6	6,19
6.	Semarang Barat	5	5,15

7.	Gajahmungkur	3	3,09
8.	Gunung Pati	3	3,09
9.	Ngaliyan	2	2,06
10.	Mijen	1	1,03
11.	Semarang Tengah	1	1,03
12.	Semarang Timur	1	1,03
13.	Semarang Utara	1	1,03
Jumlah		**97**	**100%**

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.4 dapat diketahui jumlah responden pada penelitian ini berdasarkan domisili yang di dominasi oleh responden berasal dari kecamatan Tembalang yaitu sebanyak 45 responden (46,39%). Sedangkan, persentase terendah terdapat pada kecamatan Mijen, Semarang Tengah, Semarang Timur, dan Semarang Utara dengan jumlah masing-masing kecamatan 1 responden (1,03%).

2.9.3 Responden Berdasarkan Usia

Usia mendeskripsikan tingkat kedewasaan yang menjadi salah satu karakteristik identitas responden. Masing-masing umur mempunyai tingkat kematangan yang berlainan untuk menentukan pilihan dan menjadi kebutuhan responden. Gambaran usia responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2.5, sebagai berikut:

Tabel 2.5
Identitas Responden Berdasarkan Usia

No.	Kelompok Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	Usia 17-26	90	92,78
2.	Usia 27-36	3	3,09
3.	Usia 37-46	1	1,03
4.	Usia >46 tahun	3	3,09
Jumlah		**97**	**100%**

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.5 dapat dilihat bahwa responden dengan rentang usia 17-26 tahun menunjukkan jumlah tertinggi sebanyak 90 responden (92,78%). Diikuti rentang usia 27-36 tahun dan >46 tahun dengan masing-masing usia sebanyak 3 responden (3,09%) serta pada rentang usia 37-46 tahun memperoleh jumlah terendah yaitu sebanyak 1 responden (1,03%). Berdasarkan data diatas dapat

disimpulkan bahwa terdapat banyak pengguna aplikasi KAI Access yang berada pada rentang usia 17-26 tahun.

2.9.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Dalam penelitian ini pendidikan mendeskripsikan secara tidak langsung mengenai perilaku seseorang dan sikap responden. Jenjang pendidikan mempunyai pengaruh terhadap cara berfikir dan gaya hidup seseorang. Semakin tinggi jenjang Pendidikan yang ditempuh maka semakin tinggi pula pengetahuan dan pengalaman untuk menentukan pilihan suatu jasa yang ingin digunakan. Berikut dijabarkan pada tabel data yang berisi responden berdasarkan Pendidikan terakhir, sebagai berikut:

Tabel 2.6
Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1.	SD	0	0,00
2.	SMP	0	0,00
3.	SMA	59	60,82
4.	Diploma	3	3,09
5.	Sarjana	33	32,99
6.	Pascasarjana	2	2,06
7.	Lain-lain	0	1,03
Jumlah		**97**	**100%**

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.6 menunjukkan bahwa responden paling banyak ialah responden dengan tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 59 responden (60,82%). Disusul responden dengan pendidikan tingkat Sarjana (S1) sebanyak 33 responden (32,99%). Kemudian responden dengan tingkat pendidikan Diploma sebanyak 3 responden (3,09%) dan tingkat pendidikan responden yang menempuh Pascasarjana sejumlah 2 responden (2,06%). Selanjutnya, tingkat pendidikan lainnya ialah SMK sebanyak 1 responden (1,03%).

2.9.5 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Karakteristik yang dimiliki responden salah satunya adalah jenis pekerjaan. Pekerjaan seseorang akan memberikan pengaruh terhadap aktivitas seseorang serta mengetahui gambaran mengenai kehidupan ekonomi dan sosial responden.

Tabel 2.7
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	PNS/POLRI/TNI	6	6,19
2.	Wiraswasta	3	3,09
3.	Karyawan Swasta	18	18,56
4.	Karyawan BUMN	6	6,19
5.	Ibu Rumah Tangga	1	1,03
6.	Pelajar/Mahasiswa	59	60,82
7.	Lain-lain	4	4,12
Jumlah		**97**	**100%**

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.7 diatas dapat diketahui bahwa responden berdasarkan jenis pekerjaan paling tinggi ialah pelajar/mahasiswa sebanyak 59 responden (60,82%). Kemudian, pada urutan kedua dengan jenis pekerjaan karyawan swasta sebanyak 18 responden (18,56%). Karyawan BUMN dan PNS/POLRI/TNI sebanyak 6 responden (6,19%). Sementara, jenis pekerjaan wiraswasta sebanyak 3 responden (3,09%) dan ibu rumah tangga sebanyak 1 responden (1,03%). Lalu, jenis pekerjaan lainnya yakni sebanyak 4 responden (4,12%) sebagai karyawan BUMD, job seeker, barista, dan guru Non ASN.

2.9.6 Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Per Bulan

Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari bagi kelangsungan hidup. Pendapatan per bulan menjadi salah satu faktor yang dapat dilibatkan berapa banyak jumlah uang yang dikeluarkan oleh responden. Berikut data kisaran pendapatan yang diterima setiap bulan responden yang dapat dilihat tabel dibawah ini

Tabel 2.8
Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Per Bulan

No.	Pendapatan Per Bulan	Jumlah	Persentase (%)
1.	≤ Rp1.000.000	30	30,93
2.	> Rp1.000.000 – Rp3.000.000	37	38,14
3.	> Rp3.000.000 – Rp6.000.000	20	20,62
4.	> Rp6.000.000 – Rp8.000.000	3	3,09
5.	> Rp8.000.000	7	7,22
Jumlah		**97**	**100%**

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.8 Dapat dilihat bahwa jumlah pendapatan per bulan kisaran jumlah dari >Rp1.000.000 – Rp3.000.000 merupakan responden paling tinggi sebanyak 37 responden (38,14%), selanjutnya berada di urutan kedua ≤ Rp1.000.000 sebanyak 30 responden (30,93%). Diikuti oleh responden dengan penghasilan >Rp3.000.000 – Rp6.000.000 sebanyak 20 responden (20,62%) dan responden dengan penghasilan >Rp8.000.000 sebanyak 7 responden (7,22%), kemudian responden paling rendah yaitu pendapatan per bulan sebesar >Rp6.000.000 – Rp8.000.000 sebanyak 3 responden (3,09%).

2.9.7 Responden Berdasarkan Intensitas Menggunakan Aplikasi KAI Access

Pada penelitian ini, jumlah penggunaan aplikasi KAI Access adalah berapa kali konsumen membeli tiket kereta api dalam satu tahun terakhir melalui aplikasi KAI Access. Berikut telah disajikan data responden berdasarkan jumlah berapa kali membeli tiket KA (kereta api) memakai aplikasi KAI Access dalam satu tahun terakhir.

Tabel 2.9
Identitas Responden Berdasarkan Intensitas Menggunakan Aplikasi KAI Access

No.	Jumlah Membeli di Aplikasi KAI Access	Jumlah	Persentase (%)
1.	1 kali	37	38,14
2.	2-3 kali	39	40,21
3.	4-5 kali	5	5,15
4.	>5 kali	16	16,49
Jumlah		**97**	**100%**

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Sesuai penjelasan tersebut, memperlihatkan bila mayoritas konsumen pernah membeli sebanyak 2-3 kali dalam satu tahun dengan persentase 40,21%. Pada urutan kedua sebanyak 1 kali konsumen melaksanakan pembelian tiket kereta api melalui aplikasi KAI Access sebesar 38,14%. Sedangkan, sebanyak >5 kali sebesar 16,49% serta pada urutan terakhir yaitu 4-5 kali sebesar 5,15%.

2.9.8 Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan Kereta Api

Dalam penelitian ini tujuan penggunaan sebagai salah satu karakteristik yang dimiliki responden. Responden memilih aplikasi KAI Access berdasarkan tujuan penggunaan yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan. Berikut komposisi responden berdasarkan tujuan penggunaan

Tabel 2.10
Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan Jasa Kereta Api

No.	Tujuan Penggunaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Studi	29	29,90
2.	Bisnis	5	5,15
3.	Liburan	43	44,33
4.	Bekerja	13	13,40
5.	Lain-lain	7	7,22
Jumlah		**97**	**100**

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.10 diperoleh jumlah tujuan konsumen menggunakan kereta api tertinggi yaitu liburan dengan jumlah 43 responden (44,33%). Pada urutan kedua yakni studi dengan jumlah 29 responden (29,90%). Sedangkan dengan tujuan bisnis sebanyak 5 responden (5,15%) dan tujuan lainnya sebanyak 7 responden (7,22%) seperti pulang kampung.