

BAB II

GAMBARAN UMUM PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)

2.1 Sejarah Perusahaan

Sejarah perkeretaapian di Indonesia dimulai ketika pencangkulan pertama jalur kereta api Semarang- Vorstenlanden (Solo – Yogyakarta) oleh Gubernur Jendral Hindia Belanda Mr. L.A.J Baron Sloet van de Beele tanggal 17 Juni 1864. Pembangunan dilaksanakan oleh perusahaan swasta Naamlooze Venootschap Nederlansch Indische Spoorweg Maatschappij (NV. NISM) menggunakan lebar sepur 1435 mm.

Sementara itu pemerintah Hindia Belanda membangun jalur kereta api negara melalui Staatssporwegen (SS) pada tanggal 8 April 1875. Rute pertama SS meliputi Surabaya- Pasuruan- Malang. Keberhasilan NISM dan SS mendorong investor swasta membangun jalur kereta api seperti Semarang Joana Stoomtram Maatschappij (SJS), Semarang Cheribon Stoomtram Maatschappij (SCS), Serajoedal Stoomtram Maatschappij (SDS), Oost Java Stoomtram Maatschappij (OJS), Pasoeroean Stoomtram Maatschappij (Ps.SM), Kediri Stoomtram Maatschappij (KSM), Probolinggo Stoomtram Maatschappij (Pb.SM), Modjokerto Stoomtram Maatschappij (MSM), Malang Stoomtram Maatschappij (MS), Madoera Stoomtram Maatschappij (Mad.SM), Deli Spoorweg Maatschappij (DSM).

Selain di Jawa, pembangunan jalur kereta api dilaksanakan di Aceh (1876), Sumatera Utara (1889), Sumatera Barat (1891), Sumatera Selatan (1914), dan Sulawesi (1922). Sementara itu di Kalimantan, Bali, dan Lombok

hanya dilakukan studi mengenai kemungkinan pemasangan jalan rel, belum sampai tahap pembangunan. Sampai akhir tahun 1928, 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.

Pada tahun 1942 Pemerintah Hindia Belanda menyerah tanpa syarat kepada Jepang. Semenjak itu, perkeretaapian Indonesia diambil alih Jepang dan berubah nama menjadi Rikuyu Sokyuku (Dinas Kereta Api). Selama penguasaan Jepang, operasional kereta api hanya diutamakan untuk kepentingan perang. Salah satu pembangunan era Jepang adalah lintas Saketi-Bayah dan Muaro- Pekanbaru untuk pengangkutan hasil tambang batu bara guna menjalankan mesin-mesin perang mereka. Namun, Jepang juga melakukan pembongkaran rel sepanjang 473 km yang diangkut ke Burma untuk pembangunan kereta api disana.

Setelah Indonesia memproklamasikan kemerdekaan pada tanggal 17 Agustus 1945, beberapa hari kemudian dilakukan pengambilalihan stasiun dan kantor pusat kereta api yang dikuasai Jepang. Puncaknya adalah pengambil alihan Kantor Pusat Kereta Api Bandung tanggal 28 September 1945 (kini diperingati sebagai Hari Kereta Api Indonesia). Hal ini sekaligus menandai berdirinya Djawatan Kereta Api Indonesia Republik Indonesia (DKARI). Ketika Belanda kembali ke Indonesia tahun 1946, Belanda membentuk kembali perkeretaapian di Indonesia bernama Staatssporwegen/ Verenigde Spoorwegbedrijf (SS/VS), gabungan SS dan seluruh perusahaan kereta api swasta (kecuali DSM).

Berdasarkan perjanjian damai Konferensi Meja Bundar (KMB) Desember 1949, dilaksanakan pengambilalihan aset-aset milik pemerintah Hindia Belanda. Pengalihan dalam bentuk penggabungan antara DKARI dan SS/VS menjadi Djawatan Kereta Api (DKA) tahun 1950. Pada tanggal 25 Mei DKA berganti menjadi Perusahaan Negara Kereta Api (PNKA). Pada tahun tersebut mulai diperkenalkan juga lambang Wahana Daya Pertiwi yang mencerminkan transformasi Perkeretaapian Indonesia sebagai sarana transportasi andalan guna mewujudkan kesejahteraan bangsa tanah air. Selanjutnya pemerintah mengubah struktur PNKA menjadi Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA) tahun 1971. Dalam rangka meningkatkan pelayanan jasa angkutan, PJKA berubah bentuk menjadi Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka) tahun 1991. Perumka berubah menjadi Perseroan Terbatas, PT. Kereta Api (Persero) tahun 1998. Pada tahun 2011 nama perusahaan PT. Kereta Api (Persero) berubah menjadi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dengan meluncurkan logo baru.

Saat ini, PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki tujuh anak perusahaan yakni PT Reska Multi Usaha (2003), PT Railink (2006), PT Kereta Api Indonesia Commuter Jabodetabek (2008), PT Kereta Api Pariwisata (2009), PT Kereta Api Logistik (2009), PT Kereta Api Properti Manajemen (2009), PT Pilar Sinergi BUMN Indonesia (2015).

2.2 Visi dan Misi

Ketika mendirikan sebuah organisasi atau perusahaan, para pendiri biasanya akan menggagas impian atau tujuan yang ingin dicapai. Selain tujuan utama,

biasanya mereka memiliki gagasan mengenai target-target jangka pendek dan target jangka panjang. Untuk mewujudkan semua itu, perlu ada gagasan tertulis di dalam sebuah sistem manajemen.

Visi merupakan tujuan masa depan sebuah instansi, organisasi, atau perusahaan. Tujuan tersebut merupakan gambaran tentang masa depan yang ingin dicapai. Jika visi adalah gagasan mengenai tujuan utama, maka Misi adalah tahapan-tahapan yang harus dilalui untuk mencapai visi tersebut. Misi juga bisa dikatakan sebagai penjabaran sebuah visi. Visi dan Misi harus dituangkan dalam bentuk tulisan supaya seluruh pihak mengetahui apa yang menjadi tujuan dari sebuah organisasi, perusahaan, atau instansi tersebut.

Setiap perusahaan memiliki visi dan misi yang berbeda, semua tergantung tujuan yang akan dicapai oleh masing-masing perusahaan. Seperti visi misi yang ditetapkan oleh PT Kereta Api Indonesia berikut ini.

Visi

Menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan stakeholders.

Misi

Menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis usaha penunjangnya, melalui praktek bisnis dan model organisasi terbaik untuk memberikan nilai tambah yang tinggi bagi stakeholders dan kelestarian lingkungan berdasarkan 4 pilar utama: Keselamatan, Ketepatan Waktu, Pelayanan dan Kenyamanan.

2.3 Logo Perusahaan

Logo merupakan sebuah identitas yang unik untuk mewakili layanan atau produk merek. Logo pada dasarnya adalah representasi simbol grafis merek dagang, nama perusahaan, atau sebagai penanda bagi konsumen. Logo pada dasarnya adalah sebuah konsep besar nilai untuk sebuah perusahaan, terutama ketika ingin disampaikan dengan cara yang mudah dimengerti oleh orang awam. Logo pada perusahaan merupakan hal penting sehingga identitas dari sebuah perusahaan tersebut tidak disalahgunakan.

Logo mempunyai makna melalui simbol-simbol untuk menyampaikan sebuah pesan tidak langsung. Begitu pula logo pada PT Kereta Api Indonesia, dalam logo berikut terletak filosofi dan nilai-nilai perusahaan.



Gambar 2.1 Logo PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Sumber: PT Kereta Api Indonesia (Persero), 2019

Bentuk

- Garis melengkung: melambangkan gerakan yang dinamis PT KAI dalam mencapai Visi dan Misinya.
- Anak Panah: melambangkan nilai integritas, yang harus dimiliki insan PT KAI dalam mewujudkan Pelayanan Prima.

Warna

- Orange: melambangkan proses Pelayanan Prima (Kepuasan Pelanggan) yang ditujukan kepada pelanggan internal dan eksternal.
- Biru: melambangkan semangat inovasi yang harus dilakukan dalam memberikan nilai tambah ke stakeholders. Inovasi dilakukan dengan semangat sinergi di semua bidang dan dimulai dari hal yang paling kecil sehingga dapat melesat.

Daya Gambar

Gaya Gambar yang lugas, langsung, tajam, teknis, selaras dengan staf teknik kereta api. Ujung garis tajam tapi melengkung untuk menyiratkan arah/kecepatan, tetapi cenderung agak tumpul melengkung, tidak terlampau tajam, agar memberi kesan aman (sesuatu bentuk yang terlampau runcing lebih memberi kesan ancaman, rasa sakit dan agresivitas, asosiatif kepada senjata tajam, duri, dan semacamnya).

Sifat Gambar

Sifat gambar lebih lugas, obyektif, rasional. Karena bentuk geometrinya yang dominan dan lebih bersifat maskulin. Kesan sangat modern, teknis, jelas terlihat.

2.4 Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan merupakan nilai-nilai dan norma perilaku yang diterima dan dipahami secara bersama oleh anggota organisasi sebagai dasar dalam aturan perilaku yang terdapat dalam organisasi tersebut. Budaya perusahaan

ini dapat menjadi pedoman anggota untuk menghadapi permasalahan eksternal dan usaha penyesuaian integrasi ke dalam perusahaan sehingga masing-masing anggota organisasi harus memahami nilai-nilai yang ada dan sebagaimana mereka harus bertingkah laku atau berperilaku.

Maka dengan pentingnya budaya perusahaan ini, PT Kereta Api Indonesia juga menerapkan 5 nilai utama yang menjadi budaya perusahaan mereka seperti yang tertera dibawah ini.



Gambar 2.2
Budaya PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Sumber: PT Kereta Api Indonesia (Persero), 2019

INTEGRITAS

Kami insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) bertindak konsisten sesuai dengan nilai-nilai kebijakan organisasi dan kode etik perusahaan. Memiliki pemahaman dan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan kebijakan dan etika tersebut dan bertindak secara konsisten walaupun sulit untuk melakukannya.

PROFESIONAL

Kami insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki kemampuan dan penguasaan dalam bidang pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan, mampu menguasai untuk menggunakan, mengembangkan, membagikan pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan kepada orang lain.

KESELAMATAN

Kami insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki sifat tanpa kompromi dan konsisten dalam menjalankan atau menciptakan sistem atau proses kerja yang mempunyai potensi resiko yang rendah terhadap terjadinya kecelakaan dan menjaga aset perusahaan dari kemungkinan terjadinya kerugian.

INOVASI

Kami insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) selalu menumbuhkan kembangkan gagasan baru, melakukan tindakan perbaikan yang berkelanjutan dan menciptakan lingkungan kondusif untuk berkreasi sehingga memberikan nilai tambah bagi stakeholder.

PELAYANAN PRIMA

Kami insan PT Kereta Api Indonesia (Persero) akan memberikan pelayanan yang terbaik yang sesuai dengan standar mutu yang memuaskan dan sesuai harapan atau melebihi harapan pelanggan dengan memenuhi 6 A unsur pokok: Ability (Kemampuan), Attitude (Sikap), Appearance (Penampilan), Attention (Perhatian), Action (Tindakan), dan Accountability (Tanggung jawab).

2.5 Struktur Organisasi PT KAI

Struktur organisasi dalam sebuah perusahaan di maksudkan untuk merumuskan tugas pokok dan fungsi yang terbagi dalam unit – unit bagian divisi atau departemen agar meminimalisir terjadinya overlapping dalam setiap unit atau divisi. Pentingnya struktur organisasi juga untuk mempermudah dalam pengintegrasian fungsi fungsi dalam perusahaan agar efektif dan efisien. Itu dimaksudkan agar memanfaatkan semua kemampuan ke suatu tujuan perusahaan sesuai dengan visi misi perusahaan.

Di dalam perusahaan PT. Kereta Api Indonesia sendiri, terdiri dari beberapa divisi yang secara khusus tersusun dan terangkai antara berbagai bagian, dan daerah pengoperasiannya. Dalam struktur organisasinya, perusahaan dipegang oleh suatu manajemen organisasi pemberi wewenang yang bergerak vertikal ke bawah dengan pendelegasian tegas, dan di setiap bagian-bagian utama berada langsung dibawah tanggung jawab seorang pemimpin melalui jenjang hirarki yang ada. Struktur organisasi PT. Kereta Api (Persero) dibagi menjadi tiga bagian, yakni :

a. Tingkat Pusat

1. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dipimpin oleh seorang Direktur Utama (Dirut) yang dibawahi langsung oleh Dewan Komisaris. Dalam melaksanakan tugasnya, Dirut bantu oleh lima anggota direksi, yaitu Direktur Keuangan, Direktur Teknik, Direktur Operasi, Direktur Sumber Daya Manusia, dan Direktur Pengembangan Usaha.
2. Sekertaris Perusahaan.

3. Pusat Perencanaan dan Pengembangan (Pusrenbang).
4. Satuan Pengawasan Interen (SPI)
5. Divisi : a) Divisi Properti
 - b) Divisi Sarana
 - c) Divisi Pelatihan

b. Tingkat Daerah Operasi

Tingkat operasi di Jawa ini dipimpin oleh Kepala Daerah Operasi (Kadaop) yang terdiri dari :

1. Daop (*Regional Office*) 1 Jakarta
2. Daop (*Regional Office*) 2 Bandung
3. Daop (*Regional Office*) 3 Cirebon
4. Daop (*Regional Office*) 4 Semarang
5. Daop (*Regional Office*) 5 Purwokerto
6. Daop (*Regional Office*) 6 Yogyakarta
7. Daop (*Regional Office*) 7 Madiun
8. Daop (*Regional Office*) 8 Surabaya
9. Daop (*Regional Office*) 9 Jember
10. Divisi Angkutan Perkotaan Jabotabek

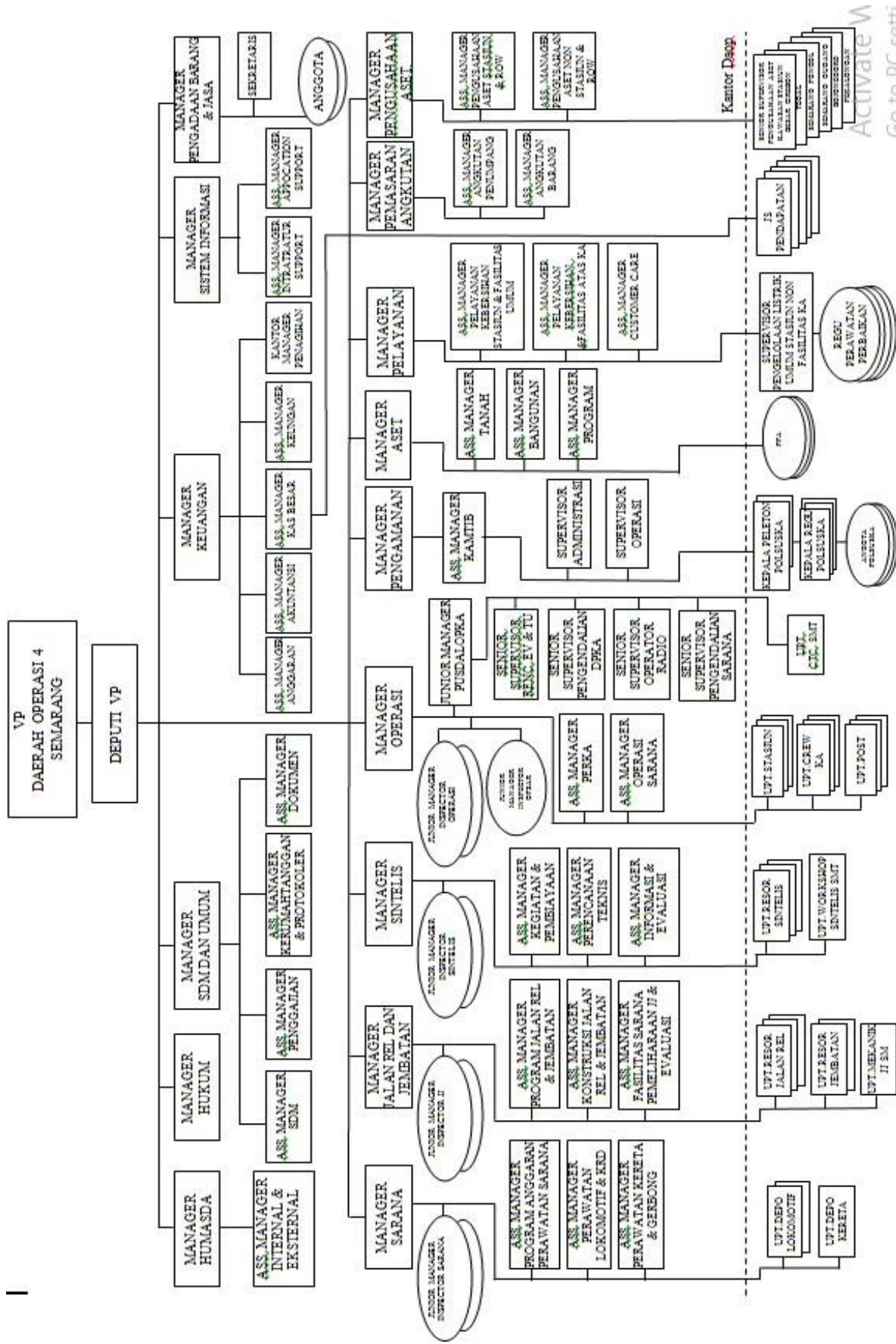
c. Unit Fasilitas Perawatan Sarana dan Prasarana Balai Yasa

1. Balai Yasa Sarana/Lok Yogyakarta
2. Balai Yasa Sarana Manggarai

3. Balai Yasa Sarana Surabaya – Gubeng
4. Balai Yasa Sarana Tegal
5. Balai Yasa Sarana Divre III Sumatera Selatan
6. Balai Yasa Sarana Jembatan Kiaracandong

2.6 Struktur Organisasi PT KAI (Persero) Daop 4 Semarang

Struktur organisasi pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 4 Semarang memiliki bentuk struktur lini dan staf dengan kekuasaan tertinggi dimiliki oleh seorang Executive Vice President (EVP) yang membawahi masing-masing bagian. Lalu dibawahnya, diduduki oleh seorang Deputy Vice President dan beberapa Manajer seperti Manajer Keuangan, Manajer SDM dan Umum, dan lain-lain. Berdasarkan surat keputusan Direksi PT Kereta Api Indonesia (Persero) No. KEP.U/OT.003/I/4KA/2009 bentuk struktur organisasi PT KAI (Persero) Daop 4 Semarang sebagai berikut:



Gambar 2.3
Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia
(Persero) Daop 4 Semarang

Activate M
Go to PC setti

2.7 Karakteristik Responden

Data identitas responden dimaksudkan untuk mengetahui latar belakang responden sebagai sampel. Identitas responden diuraikan melalui pengelompokan berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, serta pekerjaan. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang pengguna jasa angkutan Kereta Api Kaligung. Responden dalam penelitian ini berusia lebih dari 17 tahun dan minimal telah menggunakan jasa Kereta Api Kaligung sebanyak 3 kali dalam satu tahun terakhir.

Adapun pengisian kuisisioner penelitian dilakukan secara langsung saat bertemu dengan responden dan juga dengan penyebaran kuesioner secara online melalui Google Form dengan beberapa responden. Berdasarkan data yang telah diisi oleh reponden, diperoleh informasi tentang jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan responden sebagai berikut :

2.7.1 Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan salah satu hal yang berpengaruh terhadap tingkat pemikiran maupun kematangan responden dalam menentukan sikap. Pada penelitian ini terdapat 100 responden dengan variasi usia, yang minimal sudah berusia 17 tahun. Berikut ini disajikan mengenai kelompok umur yang merupakan pengguna jasa angkutan Kereta Api Kaligung.

Tabel 2.1
Identitas Responden Berdasarkan Kelompok Usia

No	Umur	Frekuensi	Persentase
1	<20	3	3 %
2	20-30	69	69 %
4	31-40	7	7 %
5	41-50	14	14 %
6	>50	7	7 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 2.1 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah dari kalangan usia 20-30 tahun dengan jumlah 69 orang (69%). Berdasarkan data primer yang telah diolah pada tabel 2.1 diketahui bahwa pengguna jasa angkutan Kereta Api Kaligung didominasi oleh kalangan usia muda serta produktivitas manusia berada pada fase tertinggi melakukan berbagai aktivitas, terutama aktivitas jarak jauh.

2.7.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin seseorang seringkali menentukan jenis dan kuantitas aktivitas termasuk untuk berpergian menggunakan transportasi umum kereta api. Berdasarkan data yang diperoleh dari 100 responden, berikut merupakan responden yang menggunakan jasa angkutan Kereta Api Kaligung dilihat dari jenis kelamin responden.

Tabel 2.2
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	40	40 %
2	Perempuan	60	60 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 2.2 diatas dapat disimpulkan dari 100 responden yang diperoleh dalam penelitian ini, responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 40 orang atau sebesar 40% dari total sampel, dan 60 orang sisanya berjenis kelamin perempuan atau sebesar 60% dari total sampel. Dari jumlah tersebut, terlihat bahwa mayoritas responden penelitian berjenis kelamin perempuan sebagai konsumen jasa angkutan penumpang Kereta Api Kaligung. Hal tersebut menunjukkan bahwa banyak pula perempuan yang memiliki kebutuhan untuk melakukan mobilitas dengan menggunakan Kereta Api Kaligung.

2.7.3 Responden Berdasarkan Pendidikan

Pada umumnya semakin tinggi pendidikan terakhir seseorang maka semakin luas pengetahuannya, sehingga jenjang pendidikan seringkali dapat menentukan sikap dan pola pikir seseorang. Tingkat pendidikan dalam penelitian ini adalah jenjang pendidikan terakhir responden pengguna jasa angkutan Kereta Api Kaligung. Berikut ini disajikan data mengenai pendidikan terakhir responden.

Tabel 2.3
Identitas Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1	SD/ Sederajat	0	0
2	SMP/ Sederajat	0	0
3	SMA / Sederajat	47	47 %
4	Diploma (D3)	15	15 %
5	Sarjana (S1)	35	35 %
6	Pascasarjana (S2/S3)	3	3 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 2.3 dapat disimpulkan bahwa jenjang pendidikan responden didominasi oleh tingkat pendidikan SMA/ Sederajat dengan 47 responden atau dengan persentase sebesar 47%. Hal ini menunjukkan bahwa jenjang pendidikan SMA memiliki mobilitas tinggi dalam menggunakan jasa Kereta Api Kaligung.

2.7.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan seseorang dapat menggambarkan status sosial dan kehidupan dari responden pengguna jasa angkutan Kereta Api Kaligung. Pekerjaan juga menjadi acuan pada tingkat aktivitas seseorang yang membutuhkan mobilitas. Berikut adalah data mengenai pekerjaan responden pengguna jasa angkutan Kereta Api Kaligung.

Tabel 2.4
Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	Professional	3	3 %
2	TNI / Polri	1	1 %
3	PNS	18	18 %
4	Pegawai Swasta	12	12 %
5	BUMN/BUMD	4	4 %
6	Pelajar / Mahasiswa	54	54 %
7	Ibu Rumah Tangga	0	0
8	BULD	4	4 %
9	CPNS	2	2 %
10	Freelancer	1	1 %
11	Fresh Graduate	1	1 %
Jumlah		100	100 %

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 2.4 dapat dilihat dari 100 responden yang paling banyak menggunakan Kereta Api Kaligung sebanyak 54 orang (54%) adalah Pelajar/Mahasiswa. Ini mungkin dipengaruhi oleh banyaknya universitas unggulan di Kota Semarang sehingga banyak pula pelajar dari luar kota yang sedang menempuh pendidikan jauh dari kota asal.