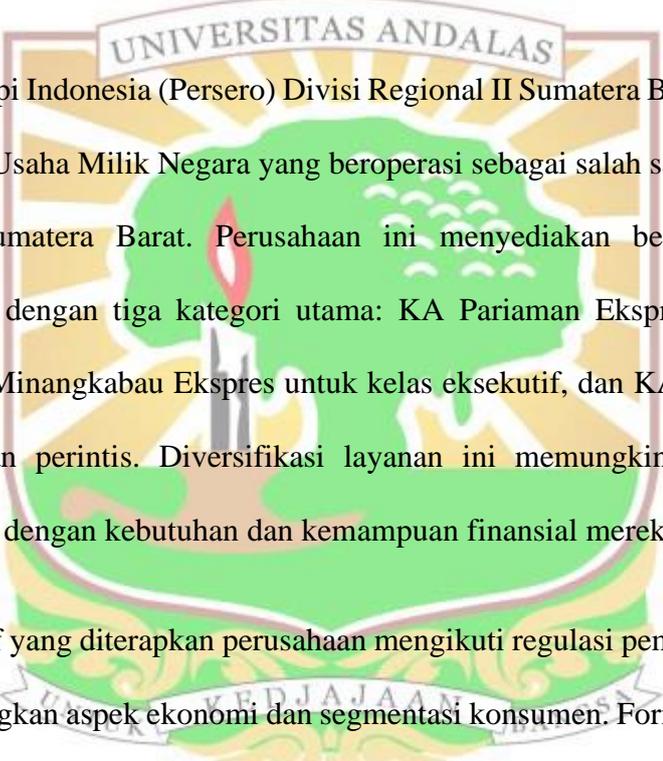


## **BAB V PENUTUP**

Pada bagian akhir ini, penulis menarik kesimpulan mengenai Strategi Pemasaran PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat Untuk Mempertahankan Kepuasan Pelanggan Selanjutnya penulis juga memberikan saran-saran yang bersifat membangun dan penulis berharap agar dapat berguna bagi perusahaan maupun pembaca dimasa yang akan datang.

### **5.1 Kesimpulan**



1) PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara yang beroperasi sebagai salah satu cabang KAI di wilayah Sumatera Barat. Perusahaan ini menyediakan beragam layanan perkeretaapian dengan tiga kategori utama: KA Pariaman Ekspres untuk kelas ekonomi, KA Minangkabau Ekspres untuk kelas eksekutif, dan KA Lembah Anai sebagai layanan perintis. Diversifikasi layanan ini memungkinkan konsumen memilih sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansial mereka.

2) Struktur tarif yang diterapkan perusahaan mengikuti regulasi pemerintah dengan mempertimbangkan aspek ekonomi dan segmentasi konsumen. Formulasi harga ini dirancang untuk mencapai keseimbangan antara aspek komersial dan fungsi sosial sebagai penyedia jasa transportasi publik di Sumatera Barat.

3) Perusahaan memiliki cita-cita menjadi penyedia solusi ekosistem transportasi terdepan di Indonesia melalui layanan yang aman, efisien, dan berteknologi digital. Misi perusahaan mencakup pengembangan sistem transportasi massal terintegrasi, kontribusi terhadap pembangunan nasional, dan penyediaan layanan berkualitas superior. Target strategis meliputi dukungan terhadap kebijakan pemerintah,

penyediaan jasa perkeretaapian bermutu, peningkatan kapabilitas pemeliharaan operasional, dan jaminan kontinuitas layanan.

3) Perusahaan perlu mengkaji faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi kinerjanya, termasuk dimensi politik (regulasi pemerintah, stabilitas politik, dukungan pemda), ekonomi (daya beli konsumen, inflasi, pertumbuhan ekonomi, kompetisi antar moda transportasi, subsidi pemerintah), sosial (evolusi gaya hidup, kesadaran lingkungan, kepadatan populasi, tingkat edukasi, aspek keamanan), dan teknologi (digitalisasi layanan, pengembangan infrastruktur teknologi, peningkatan sarana prasarana). Pemahaman komprehensif terhadap faktor-faktor ini memungkinkan identifikasi peluang dan tantangan untuk pengembangan strategi peningkatan kinerja dan daya saing.

4) Pencapaian perusahaan menunjukkan tren positif dengan pertumbuhan penumpang 6% pada tahun 2024 dibandingkan periode sebelumnya. Peningkatan signifikan terjadi selama periode liburan seperti Lebaran dan Natal-Tahun Baru. Tiga rute unggulan yaitu KA Pariaman Ekspres, KA Minangkabau Ekspres, dan KA Lembah Anai menjadi favorit penumpang. Komitmen peningkatan kualitas layanan diwujudkan melalui punctuality, penambahan armada, layanan family-friendly, program edukasi, fasilitas kesehatan, dan sistem tiket yang adaptif.

5) Perusahaan mengimplementasikan strategi pemasaran yang berfungsi sebagai jembatan antara penyedia dan pengguna layanan. Pendekatan pemasaran yang efektif memberikan keunggulan kompetitif substansial dengan fokus pada pemenuhan kebutuhan konsumen di sektor transportasi kereta api. Sistem distribusi

tiket dilakukan melalui saluran online dan offline untuk menjangkau berbagai segmen pelanggan.

6) Perusahaan menerapkan prosedur yang sistematis dan transparan dalam penyediaan jasa kepada calon konsumen untuk memastikan kepuasan dalam proses pemesanan tiket hingga perjalanan. Pengelolaan sumber daya manusia yang efektif diperlukan untuk memastikan karyawan mendemonstrasikan perilaku profesional, etis, dan berkualitas dalam setiap interaksi dengan pelanggan, yang berkontribusi pada penguatan brand image, peningkatan kepuasan konsumen, dan pembangunan loyalitas pelanggan.

7) Keunggulan utama perusahaan meliputi sistem keamanan yang komprehensif (petugas keamanan stasiun, sistem CCTV, pengawasan ketat barang bawaan), ketepatan jadwal yang konsisten, dan tarif yang kompetitif dibandingkan alternatif transportasi lain seperti kendaraan pribadi dan transportasi online.

8) Kendala utama yang dihadapi mencakup keterbatasan sarana kereta api dan kondisi beberapa jalur yang memerlukan pemeliharaan atau modernisasi. Khusus untuk KA Lembah Anai dan Minangkabau Ekspres mengalami rendahnya minat publik akibat frekuensi perjalanan terbatas, waktu keberangkatan yang kurang ideal, lokasi stasiun yang kurang strategis, dan promosi yang belum optimal. Strategi penyelesaian meliputi peningkatan frekuensi perjalanan, penyesuaian jadwal keberangkatan, integrasi dengan moda transportasi lain, perluasan rute menuju pusat aktivitas utama, dan intensifikasi kampanye pemasaran melalui berbagai saluran komunikasi.

## 5.2 Saran

1) PT. KAI Divisi Regional II Sumbar harus memperkuat strategi komunikasi pemasaran melalui berbagai platform digital dan konvensional. Implementasi kampanye terpadu menggunakan platform media sosial, tayangan iklan televisi, serta aktivasi promosi langsung di area stasiun akan membantu membangun awareness publik terhadap keunggulan transportasi kereta api sebagai alternatif perjalanan yang terpercaya dan comfortable.

2) Diperlukan investasi komprehensif untuk upgrading infrastruktur dan rolling stock guna meningkatkan service quality. Program modernisasi mencakup penggantian armada kereta yang sudah berusia tua, enhancement comfort passenger seating, serta penguatan sistem security dan safety. Langkah ini akan menciptakan pengalaman perjalanan yang lebih berkualitas dan menjamin keselamatan penumpang.

3) Pengembangan sistem customer service yang responsif dan profesional menjadi prioritas utama. Melalui program capacity building untuk seluruh staff frontline, implementasi sistem pelayanan yang user-friendly, serta pembentukan tim khusus complaint handling, diharapkan dapat meningkatkan customer satisfaction dan loyalty terhadap layanan kereta api.

4) Membangun kemitraan strategis dengan multiple stakeholders untuk menciptakan ekosistem transportasi yang terintegrasi. Kolaborasi dengan pemerintah daerah, sektor swasta, dan civil society organizations akan memperkuat

positioning kereta api sebagai backbone transportasi regional sekaligus meningkatkan public acceptance terhadap moda transportasi ini.

5) Kedua layanan unggulan ini memerlukan strategic enhancement melalui peningkatan frequency perjalanan, optimalisasi scheduling yang sesuai dengan travel pattern masyarakat, pengembangan connectivity dengan moda transportasi lain, perluasan coverage area menuju business district dan activity centers, serta intensifikasi marketing campaign melalui multi-channel approach.

6) Kereta Minangkabau Ekspres perlu mengembangkan collaborative framework dengan sistem Trans Padang untuk menciptakan integrated transportation package. Sinergi ini akan menghadirkan seamless mobility solution yang memudahkan penumpang dalam melakukan perjalanan multi-modal dengan satu sistem ticketing terpadu.

