

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

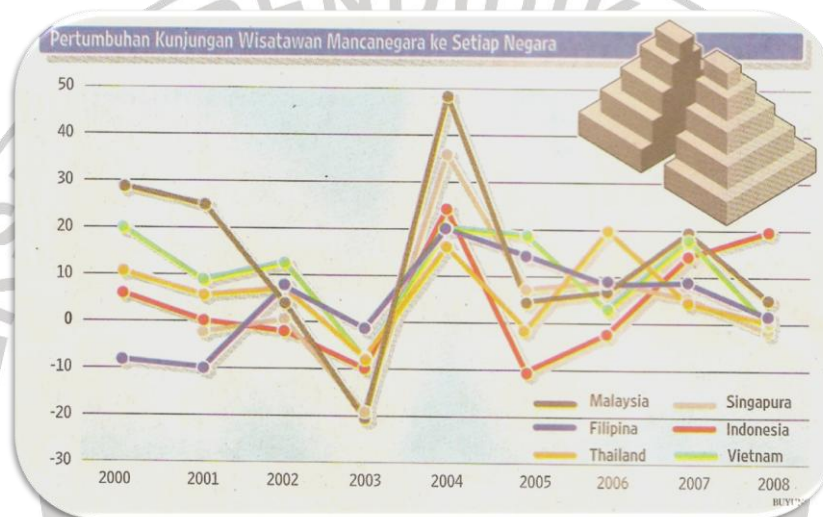
Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan pasal 1 poin 3, “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.”

Diawali dari kegiatan yang semula hanya dinikmati oleh orang-orang yang relatif kaya pada awal abad ke-20, kini telah menjadi bagian dari hak azasi manusia. Hal tersebut sudah diakui oleh berbagai organisasi internasional antara lain PBB, Bank Dunia dan *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO). Prospek pariwisata Indonesia ke depan pun sangat menjanjikan bahkan sangat memberikan peluang besar dilihat dari terus meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia.

Gambar 1.1 menunjukkan perbandingan pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dengan kompetitor negara di ASEAN. Kunjungan wisatawan mancanegara ke negara-negara ASEAN mengalami fluktuasi. Negara yang mengalami fluktuasi yang cukup hebat adalah Malaysia. Tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Malaysia melemah pada tahun 2003, begitupun dengan negara-negara lain seperti Singapura, Thailand, Indonesia, Vietnam, dan

Wulan Sari, 2011

Filipina. Dan pada tahun 2004 negara-negara tersebut mengalami peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara yang signifikan. Peningkatan yang signifikan dialami oleh Malaysia dan Singapura. Kedua negara ini seakan bersaing dalam menarik wisatawan mancanegara. Indonesia pun mengalami peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2004 dan kemudian mengalami penurunan kembali pada tahun 2005.



Sumber : Handri Thiono, Kompas, 15 Juni 2009

**GAMBAR 1.1 POSISI INDONESIA DENGAN KOMPETITOR NEGARA DI ASEAN**

Berbeda dengan negara-negara ASEAN lain yang masih mengalami fluktuasi pada tahun 2005 sampai dengan tahun 2008, pada tahun-tahun tersebut kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia terus meningkat dan pada puncaknya tahun 2008, disaat tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke negara-negara ASEAN menurun yang diakibatkan oleh krisis global sehingga menyebabkan keinginan dan dorongan untuk melakukan kegiatan pariwisata juga menurun, tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia masih terus meningkat.

Menurut Wibowo (Kepala Pusat Pengelolaan Data dan Sistem Jaringan Kementerian Pariwisata dan Kebudayaan Indonesia pada <http://berita21.com>), sektor pariwisata Indonesia tumbuh positif sekitar 1,31% pada Oktober 2009, ditandai dengan naiknya kunjungan wisatawan mancanegara menjadi 5,166 juta dalam 10 bulan terakhir pada tahun 2009

Berdasarkan Tabel 1.1, tingkat kunjungan wisatawan mancanegara terus mengalami peningkatan pada tiga tahun terakhir. Peningkatan yang signifikan terjadi pada tahun 2008 yaitu sebesar 13,24% dengan rata-rata pengeluaran per orang dalam setiap satu kali kunjungan sebesar 1.178,54 USD sehingga berpengaruh juga terhadap penerimaan devisa negara yang berasal dari industri pariwisata. Pada tahun 2010 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara meningkat sebesar 10,74% jika dibandingkan dengan tahun 2009 dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 6,3 juta wisatawan mancanegara.

**TABEL 1.1**  
**REKAPITULASI WISATAWAN MANCANEgara TAHUN 2004 - 2010**

Tahun	Jumlah Wisatawan Mancanegara		Rata-Rata Lama Tinggal (Hari)	Rata-Rata Pengeluaran Per Orang (USD)		Penerimaan Devisa	
	Wisman	Pertumbuhan (%)		Per Hari	Per Kunjungan	juta USD	Pertumbuhan (%)
2004	5.321.165	19,12	9,47	95,17	901,66	4.797,90	18,85
2005	5.002.101	-6,00	9,05	99,86	904,00	4.521,90	-5,75
2006	4.871.351	-2,61	9,09	100,48	913,09	4.447,98	-1,63
2007	5.505.759	13,02	9,02	107,70	970,98	5.345,98	20,19
2008*)	6.234.497	13,24	8,58	137,38	1.178,54	7.347,60	37,44
2009**)	6.323.730	1,43	7,69	129,57	995,93	6.297,99	-14,29
2010	7.002.944	10,74	8,04	135,01	1.085,75	7.603,45	20,73

Keterangan :

\*) Tidak termasuk 194.530 penumpang transit internasional

\*\*\*) Tidak termasuk 128.529 penumpang transit internasional

Sumber: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia, 2011

Selain kunjungan wisatawan mancanegara yang terus meningkat selama tiga tahun terakhir ini, kunjungan wisatawan nusantara pun terus mengalami

peningkatan. Jumlah wisatawan yang melakukan kegiatan pariwisata terus meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan jumlah wisatawan nusantara paling tinggi terjadi pada tahun 2010 yang mengalami peningkatan sebanyak 2.368 wisatawan nusantara dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu tahun 2009 dengan jumlah wisatawan nusantara sebanyak 119.944 wisatawan nusantara. Tingkat kunjungan wisatawan nusantara dengan total pengeluaran wisatawan nusantara dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut ini:

**TABEL 1.2**  
**PERKEMBANGAN WISATAWAN NUSANTARA TAHUN 2004 - 2010**

TAHUN	WISNUS (ribuan orang)	PERJALANAN (ribuan)	RATA-RATA PERJALANAN (hari)	TOTAL PENGELUARAN (triliun Rp)
2004	111.352	202.763	1,82	71,70
2005	112.701	198.359	1,76	74,72
2006	114.270	204.553	1,79	88,21
2007	115.335	222.389	1,93	108,96
2008	117.213	225.041	1,92	123,17
2009	119.944	229.731	1,92	137,91
2010	122.312	234.377	1,92	150,49

Sumber: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia, 2011

Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan nusantara berpengaruh terhadap pendapatan negara yang bersumber dari sektor pariwisata khususnya pendapatan yang berasal dari wisatawan nusantara. Pengeluaran yang dihabiskan wisatawan nusantara cukup besar dan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan yang signifikan terjadi pada tahun 2007, yaitu mengalami peningkatan sebesar Rp 20,75 Triliun.

Selain jumlah wisatawan mancanegara yang semakin meningkat, pada saat ini telah terjadi perubahan *consumers-behaviour pattern* atau pola konsumsi dari para wisatawan. Mereka tidak lagi terfokus hanya ingin santai dan menikmati *sun-sea and sand*, saat ini pola konsumsi mulai berubah ke jenis wisata yang lebih

tinggi, yang meskipun tetap santai tetapi dengan selera yang lebih meningkat yakni menikmati produk atau kreasi budaya (*culture*) dan peninggalan sejarah (*heritage*) serta *nature* atau eko-wisata dari suatu daerah atau negara. Melakukan kegiatan pariwisata harus dirasa menyenangkan, dan perasaan menyenangkan harus dialami wisatawan dari mulai mereka pergi ke daerah tujuan wisata dan para wisatawan berharap akan merasakan kesenangan selama mereka dalam perjalanan menuju ke daerah wisata yang akan dituju. Perubahan pola wisata ini perlu segera disikapi dengan berbagai strategi pengembangan produk pariwisata maupun promosi baik disisi pemerintah maupun swasta. Dari sisi pemerintahan perlu dilakukan perubahan skala prioritas kebijakan sehingga peran sebagai fasilitator dapat dioptimalkan.

Hakikat utama yang melahirkan pariwisata adalah perasaan manusia yang terdalam, yang serba ingin mengetahui segala sesuatu selama hidup di dunia. Rasa ingin mengalami sesuatu yang belum dialami dan dilakukan sebelumnya di tempat dan suasana yang berbeda. Pariwisata pada dasarnya selalu dihubungkan dengan barang-barang dan pelayanan jasa yang menyajikan kenyamanan, keamanan, dan juga kemewahan yang dapat memberikan suasana menyenangkan yang disediakan oleh perusahaan yang bergerak dibidang industri pariwisata. Undang-undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, pasal 1 poin 9 “Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.”

Nyoman S. Pendit (2006:81) menyatakan "Terdapat beragam industri pariwisata yang dapat membantu wisatawan dalam melakukan kegiatan pariwisata diantaranya: (1) Perusahaan akomodasi, termasuk hotel, penginapan, motel, losmen, wisma, asrama, *homestay*, dan sebagainya. (2) Perusahaan angkutan pariwisata, termasuk alat transportasi udara seperti pesawat terbang, alat transportasi laut seperti *cruise*, maupun alat transportasi darat seperti bis, kereta api, *rent car* yang disewakan khusus kepada wisatawan. (3) Perusahaan kerajinan tangan dan barang-barang kesenian. (4) Toko-toko penjualan *souvenir*. (6) Organisasi atau usaha yang menyediakan pramuwisata (guide), penerjemah, penyedia perlengkapan konvensi. (7) Perusahaan yang menyediakan atraksi wisata yang dapat dikunjungi dan dinikmati oleh wisatawan. (8) Klub atau lembaga yang khusus mempromosikan pariwisata".

Aktivitas kepariwisataan banyak tergantung pada transportasi dan komunikasi sehingga transportasi menjadi hal yang sangat penting dalam pariwisata. Alat transportasi membantu wisatawan untuk bisa tiba di daerah atau kawasan wisata yang ingin dikunjungi. Faktor jarak dan waktu sangat mempengaruhi keinginan orang untuk melakukan perjalanan wisata. Dewasa ini transportasi menyebabkan pertumbuhan pariwisata yang sangat pesat sekali. Kemajuan fasilitas transportasi mendorong kemajuan kepariwisataan dan sebaliknya ekspansi yang terjadi dalam industri pariwisata dapat menciptakan permintaan akan transportasi yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan. Pertumbuhan dan pengembangan pariwisata yang terus menerus harus disertai

dengan peningkatan kualitas destinasi dengan menciptakan tuntutan yang lebih baik di dalam transportasi.

Fungsi utama transportasi sangat erat hubungannya dengan "*accessibility*". Maksudnya, frekuensi penggunaannya, kecepatan yang dimilikinya dapat mengakibatkan jarak yang jauh seolah-olah menjadi lebih dekat. Hal ini berarti mempersingkat waktu dan tentunya akan lebih meringankan biaya perjalanan. Dengan demikian transportasi dapat memudahkan seseorang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu, seperti misalnya daerah tujuan wisata. Alat transportasi yang digunakan harus dapat memberikan kenyamanan, ketenangan, dan pengalaman yang baik kepada para penumpang yang akan melakukan kegiatan wisata.

Menurut Ronny Wahyudi dalam blog yang ditulis H.Erry Budianto (Redaktur Surabayawebs.com) "Kereta api merupakan alat transportasi darat yang tetap akan dicari orang karena waktu tempuh yang diperlukan oleh kereta api lebih cepat dibandingkan dengan alat transportasi darat lainnya." Penumpang juga dapat merasakan kenyamanan dan keleluasaan pada saat berada di dalam kereta api karena penumpang dapat melakukan kegiatan yang memerlukan pergerakan yang besar seperti berjalan, berhubungan dengan sesama penumpang yang duduk berjauhan dan kereta api merupakan angkutan massal yang bisa membawa penumpang dengan sangat banyak karena banyaknya rangkaian kereta yang bisa diberangkatkan dalam satu kali rute keberangkatan.

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa penumpang kereta api terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Di pulau Jawa, penumpang kereta api terus

meningkat kecuali pada tahun 2010 yang mengalami penurunan sebesar 1.393 penumpang dibandingkan dengan jumlah penumpang kereta api pada tahun 2009 yang mencapai 199.421 penumpang. Hal tersebut menyatakan bahwa terdapat banyak penumpang yang berminat dan senang untuk menggunakan kereta api walaupun dapat dikatakan bahwa tidak semua orang memiliki keinginan yang sangat tinggi untuk melakukan perjalanan wisata dengan menggunakan kereta wisata. Namun, perlu adanya penyediaan fasilitas untuk wisatawan yang memiliki minat khusus dalam melakukan kegiatan wisatanya.

**TABEL 1.3**  
**JUMLAH PENUMPANG KERETA API TAHUN 2006-2011\***

Tahun	Jawa			Sumatera	Total
	Jabotabek	Non Jabotabek	Jabotabek + Non Jabotabek		
2006	104425	51971	156396	3323	159719
2007	118095	53826	171921	3415	175336
2008	125451	64688	190139	3939	194078
2009	130508	68913	199421	4119	203540
2010	124308	73720	198028	5241	203269
2011*	40545	23035	63580	1620	65200

\*Perhitungan Januari-April 2011

Sumber: Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, 2011

Menurut Laksamana Muda Datuk Danyal Balagopal Abdullah (Ketua Pelaksana Konferensi Wisata KA 2010 di Malaysia) dalam [mediaindonesia.com](http://mediaindonesia.com) yang diunduh pada tanggal 25 Agustus 2010 pada pukul 20:30 menyatakan bahwa "Banyak turis yang melakukan perjalanan dengan kereta api memiliki kesan yang dalam terhadap kereta api." Dari pernyataan tersebut dapat dinyatakan bahwa perlu adanya pengembangan kereta api untuk kepentingan pariwisata khususnya untuk memfasilitasi wisatawan yang memiliki minat khusus dalam melakukan kegiatan pariwisata.



I Gde Pitana (2009:76) menyatakan "Pariwisata minat khusus menjadi *trend* perkembangan pariwisata ke depan. Adanya kecenderungan wisatawan dengan minat khusus baik dalam jumlah wisatawan maupun area minatnya merupakan salah satu terjadinya segmentasi atau spesialisasi pasar pariwisata." Hal itu pula yang memotivasi PT. Kereta Api (Persero) membentuk anak perusahaan yaitu PT. Kereta Api Pariwisata yang khusus melayani penumpang yang akan melakukan perjalanan wisata dengan menggunakan kereta api.

Hal tersebut merupakan langkah dalam menangkap peluang dan merupakan upaya PT. Kereta Api untuk berperan serta dalam memajukan industri pariwisata dan juga memajukan industri kereta api supaya lebih banyak lagi masyarakat yang menggunakan kereta api. PT. Kereta Api (Persero) sebagai perusahaan kereta api di Indonesia mengusung misi "menyelenggarakan jasa transportasi sesuai keinginan *stakeholder* dengan meningkatkan keselamatan dan pelayanan serta penyelenggaraan yang semakin efisien."

PT. Kereta Api (Persero) memiliki beberapa anak perusahaan yang dapat membantu PT. Kereta Api (Persero) dalam meningkatkan pelayanan serta penyelenggaraan yang semakin efisien bagi para penumpangnya. Salah satu anak perusahaan yang dimiliki PT. Kereta Api (Persero) yang sedang dikembangkan adalah PT. Kereta Api Parawisata dengan maksud dan tujuan Perseroan yaitu menyediakan barang atau jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat di pasar dalam wilayah Indonesia dibidang pariwisata kereta api, dan kegiatan usaha yang mendukung pariwisata kereta api dengan menerapkan prinsip-prinsip

Perseroan Terbatas. PT. Kereta Api Pariwisata dibentuk untuk menciptakan suasana dan pengalaman berbeda dalam perjalanan wisatawan.

Berdasarkan informasi dari *Vice President Operational* PT. Kereta Api Pariwisata menyebutkan kereta wisata adalah sarana yang dikelola oleh PT. Kereta Api Pariwisata dengan aktivitas di bidang *Rail Tour* melalui paket-paket wisata dan Biro Perjalanan Wisata untuk perjalanan domestik maupun luar negeri. Kegiatan usaha yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Pariwisata antara lain:

(1) Menjalankan usaha pariwisata pada umumnya berbasis kereta api. (2) Menjalankan usaha biro perjalanan wisata (BPW) (3) Perencanaan dan pengemasan komponen perjalanan wisata. (4) Penyelenggaraan dan penjualan paket wisata melalui agen perjalanan dan atau langsung kepada wisatawan. (5) Penyediaan layanan angkutan wisata. (6) Menyelenggarakan pentas wisata. (7) Pengurusan dokumen perjalanan, berupa paspor dan visa atau dokumen lain yang dipersamakan. (8) Jasa informasi kepariwisataan. (9) Mengelola kawasan pariwisata. (10) Jasa Konsultan pariwisata berbasis kereta api. Dan keberadaan kereta wisata menambah keragaman aktivitas yang dapat dilakukan wisatawan.

PT. Kereta Api Pariwisata dibentuk pada bulan Agustus 2009 dan mulai beroperasi dalam melayani penumpang yang akan berwisata pada bulan Februari 2010. PT. Kereta Api Pariwisata melayani keberangkatan ke berbagai daerah tujuan sesuai dengan permintaan penumpang. Sampai saat ini, kereta wisata sudah melakukan perjalanan ke beberapa kota di pulau Jawa, diantaranya Bandung, Cirebon, Pekalongan, Semarang, Purwokerto, Yogyakarta, Solo, Surabaya,

Malang, Madiun, Jember, dan Banyuwangi. Dan keberangkatan kereta wisata dapat dilakukan dari stasiun Gambir, Jakarta, stasiun Bandung, dan stasiun Solo.

Keberadaan kereta wisata menambah keragaman aktivitas yang dapat dilakukan wisatawan.

Biaya yang perlu wisatawan keluarkan untuk dapat melakukan perjalanan dengan menggunakan kereta wisata disesuaikan dengan jarak tempuh ke tempat yang akan dituju.

**TABEL 1.4**  
**TARIF KERETA WISATA MULAI JANUARI 2010**

Dari	Kota Tujuan	Tarif Per- Kereta	Pelayanan Ekstra
Gambir, Jakarta	Bandung	8.500.000	<i>Snack</i>
	Cirebon	9.500.000	<i>Snack</i>
	Pekalongan	13.750.000	<i>Snack+Makan</i>
	Semarang	13.750.000	<i>Snack+Makan</i>
	Purwokerto	13.750.000	<i>Snack+Makan</i>
	Yogyakarta	15.500.000	<i>Snack+Makan</i>
	Solo	15.500.000	<i>Snack+Makan</i>
	Surabaya	17.500.000	<i>Snack+Makan</i>
	Malang	20.000.000	<i>Snack+Makan</i>
Bandung	Yogyakarta	13.750.000	<i>Snack+Makan</i>
	Solo	13.750.000	<i>Snack+Makan</i>
	Madiun	15.000.000	<i>Snack+Makan</i>
	Surabaya	16.500.000	<i>Snack+Makan</i>
	Jember	21.000.000	<i>Snack+Makan</i>
	Banyuwangi	22.500.000	<i>Snack+Makan</i>
Surabaya	Banyuwangi	11.000.000	<i>Snack</i>
	Jember	8.500.000	<i>Snack</i>
	Solo	9.750.000	<i>Snack</i>
	Yogyakarta	11.000.000	<i>Snack</i>
	Semarang	13.750.000	<i>Snack+Makan</i>

Sumber: *Vice President Operational PT. KA Pariwisata, 2010*

Tarif yang ditawarkan telah ditentukan oleh PT. Kereta Api Pariwisata yang tercantum pada Tabel 1.4. Tarif untuk keberangkatan ke Yogyakarta adalah Rp 15.500.000 apabila berangkat dari Stasiun Gambir, Jakarta, Rp 13.750.000 apabila penumpang berangkat dari stasiun Bandung, dan

Rp11.000.000 apabila penumpang berangkat dari Surabaya. Tarif yang ditawarkan tersebut sudah termasuk pelayanan ekstra yaitu penumpang sudah disediakan makanan ringan dan makanan berat selama berada di dalam kereta wisata. Tarif yang telah ditentukan oleh PT. Kereta Api Pariwisata telah diperhitungkan dan disesuaikan dengan fasilitas dan pelayanan yang dapat memberikan pengalaman tersendiri bagi para penumpang pada saat melakukan perjalanan menggunakan kereta wisata sehingga penumpang juga diharapkan mendapatkan kepuasan setelah melakukan perjalanan wisata dengan menggunakan kereta wisata.

Adapun daerah-daerah tujuan wisata yang diminati penumpang dan jumlah keberangkatannya dapat dilihat pada Tabel 1.5. Permintaan untuk menggunakan kereta wisata semakin meningkat apabila dilihat dari jumlah keberangkatan kereta wisata dari bulan Februari sampai dengan bulan Mei tahun 2010 dengan daerah tujuan yang berbeda-beda. Namun, terjadi penurunan frekuensi keberangkatan pada bulan Juni yaitu kereta wisata hanya melakukan 8 kali perjalanan. Hal ini dikarenakan keberangkatan kereta wisata dirangkaikan dengan kereta api reguler dan meningkatnya jumlah penumpang yang menggunakan kereta api reguler pada bulan Juni yang merupakan waktu libur para pelajar dan banyak keluarga yang memutuskan untuk menggunakan kereta api sebagai alat transportasi menuju kawasan wisata, sehingga kereta wisata tidak bisa melakukan perjalanan dikarenakan peraturan PT. Kereta Api Indonesia yang hanya memperbolehkan maksimal 11 rangkaian kereta dalam satu kali perjalanan dan PT. Kereta Api Pariwisata dengan terpaksa harus membatalkan beberapa keberangkatan.

Pada bulan Juni mulai terjadi pengembangan kota asal keberangkatan kereta wisata. Pada mulanya kereta wisata hanya melayani keberangkatan hanya dari Jakarta menuju kota-kota tujuan yang beragam, namun pada bulan Juni kereta wisata melayani permintaan keberangkatan dari kota-kota lain seperti Bandung, Cirebon, Yogyakarta, dan Purwokerto. Sehingga para penumpang yang berasal dari kota lain selain Jakarta dapat melakukan perjalanan dari kota asal mereka masing-masing tanpa harus berangkat ke Jakarta terlebih dahulu untuk melakukan perjalanan dengan menggunakan kereta wisata.

**TABEL 1.5**  
**FREKUENSI KEBERANGKATAN KERETA WISATA BULAN FEBRUARI-DESEMBER**  
**TAHUN 2010**

Kota Asal-Kota Tujuan	Jumlah Keberangkatan Bulan											
	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Total
Jakarta-Cirebon	1	3	4	4	4	6	6	2	2	3	3	38
Jakarta-Bandung	1	2	2	1	-	-	-	-	2	1	-	9
Jakarta-Purwokerto	3	-	3	-	-	2	3	3	3	2	5	24
<b>Jakarta-Yogyakarta</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>-</b>	<b>40</b>
Jakarta-Solo	1	-	2	4	1	-	2	4	1	3	2	20
Jakarta-Madiun	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Jakarta-Pekalongan	-	4	-	-	-	-	-	1	-	-	2	7
Jakarta-Semarang	-	1	2	-	1	-	-	4	1	-	-	9
Jakarta-Surabaya	-	1	1	1	-	-	2	-	1	-	-	6
Jakarta-Pemalang	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Jakarta-Kebumen	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Bandung-Malang	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1
<b>Frekuensi Keberangkatan</b>	<b>11</b>	<b>15</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>7</b>	<b>18</b>	<b>14</b>	<b>20</b>	<b>11</b>	<b>16</b>	<b>12</b>	<b>158</b>

Sumber: *Vice President Operational* PT. KA Pariwisata, 2011

Apabila dilihat dari Tabel 1.5 kota tujuan yang paling sering dikunjungi adalah Yogyakarta. Frekuensi keberangkatannya pun paling sering jika dibandingkan dengan frekuensi keberangkatan kereta wisata ke kota-kota lainnya. Kereta wisata melakukan perjalanan ke Yogyakarta sebanyak 7 kali pada bulan November. Kota kedua yang sering menjadi daerah tujuan wisatawan yang

menggunakan kereta wisata adalah Cirebon, dan baru melakukan perjalanan sebanyak 1 kali ke Pematang.

Kepuasan terjadi apabila kebutuhan dan keinginan serta harapan penumpang dapat terpenuhi dengan baik. Dengan mengeluarkan biaya yang cukup besar supaya dapat menggunakan kereta wisata sebagai alat transportasi untuk menuju daerah tujuan wisata, para penumpang mengharapkan timbal balik yang dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan sehingga dapat menciptakan kepuasan tersendiri setelah menggunakan kereta wisata. PT. Kereta Api Pariwisata yang lebih banyak menawarkan pelayanan jasa harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik supaya dapat memuaskan penumpang kereta wisata.

Pada abad 21, saat ini terjadi pergeseran paradigma yang berpengaruh terhadap barang dan jasa di masa depan. Konsumen tidak lagi hanya melihat kualitas barang dan jasa pelayanan yang baik saja dalam memenuhi kepuasannya, tetapi konsumen menginginkan pengalaman yang berbeda setelah menggunakan barang atau jasa tersebut sehingga perusahaan harus bisa menawarkan pengalaman untuk menarik pelanggannya. Hal tersebut juga terjadi dalam industri pariwisata yang sebagian besar produk yang ditawarkannya adalah jasa harus dapat memberikan suatu pengalaman yang mengesankan dan terus diingat oleh wisatawan tersebut. Dalam industri pariwisata pengalaman merupakan sesuatu yang dicari oleh wisatawan dan pengalaman adalah salah satu faktor yang dapat menciptakan kepuasan.

**TABEL 1.6**  
**DATA KEPUASAN PENUMPANG KERETA WISATA**

Penilaian	Sangat Baik	Baik	Cukup	Kurang	Jumlah
Pelayanan ( <i>service</i> )	14	153	-	-	167
Makanan dan minuman ( <i>food and beverage</i> )	10	152	5	-	167
Kebersihan kereta makanan	1	160	6	-	167
Kebersihan kereta penumpang	-	161	5	1	167
Keramahtamahan pramugari/pramugara	16	151	-	-	167
	Sesuai	Mahal	Murah	Jumlah	
Harga	146	21	-	167	

Sumber: *Vice President Operational* PT. Kereta Api Pariwisata, 2010

Berdasarkan pengalaman yang dirasakan penumpang yang telah melakukan perjalanan dengan menggunakan kereta api wisata yang diperoleh melalui *guest comment* yang diberikan PT. Kereta Api Pariwisata kepada penumpang, maka diperoleh data kepuasan yang tercantum pada Tabel 1.6. Tabel 1.6 menjelaskan bahwa dari 167 penumpang yang mengisi *guest comment* sebagai perwakilan dari *group* yang menjadi penumpang kereta wisata 8,38% merasakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pramugari dan pramugara kereta wisata sangat baik. Makanan dan minuman yang disediakan kereta wisata dinilai baik oleh 91,02% penumpang kereta wisata dan kebersihan kereta makan dinilai baik oleh 95,81% penumpang kereta wisata. Dari 167 penumpang kereta wisata 96,41% diantaranya menyatakan bahwa kebersihan kereta penumpang sudah baik, namun 6% lainnya menyatakan bahwa kebersihan kereta penumpang kurang baik. Sedangkan untuk keramahtamahan pramugari dan pramugara kereta wisata dinilai sangat baik oleh 9,58% penumpang. Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pramugara dan pramugari kereta wisata dapat memberikan kepuasan kepada para penumpang dan memberikan kenyamanan selama perjalanan. Penilaian penumpang kereta wisata terhadap

harga yang ditetapkan oleh PT. Kereta Api Pariwisata dinilai sesuai, namun 12,57% penumpang masih menganggap bahwa harga tersebut mahal.

Adapun saran yang diajukan penumpang kereta wisata untuk kereta wisata adalah PT. Kereta Api Pariwisata diminta untuk menambah jumlah kereta wisata karena sampai saat ini jumlah kereta wisata yang dioperasikan hanya berjumlah 3 kereta, pelayanan dan kebersihan lebih ditingkatkan karena terkadang aroma ruangan tidak enak yang disebabkan oleh karpet yang lembab, sosialisasi atau pemasaran mengenai kereta wisata lebih ditingkatkan supaya lebih banyak lagi masyarakat yang mengetahui keberadaan kereta wisata, fasilitas hiburan ditambah dan *play list* karaoke lebih *up to date* dan disediakan selimut di dalam kereta wisata. Dan beberapa penumpang menyarankan supaya harga bisa lebih diturunkan menjadi lebih murah.

PT. Kereta Api Pariwisata menciptakan pelayanan yang dapat memberikan pengalaman yang berbeda untuk dapat memuaskan para penumpang kereta wisata. Pengalaman tersebut bisa didapatkan dari 3 jenis kereta dengan interior yang berbeda. Interior kereta didesain khusus dengan sentuhan estetika budaya daerah di Indonesia sesuai dengan nama kereta yaitu Kereta Bali, Kereta Toraja, dan Kereta Nusantara. Para penumpang dapat merasakan suasana kebudayaan Bali, Toraja, ataupun Nusantara pada saat berada di dalam kereta sehingga dirasakan pengalaman tersendiri, berbeda dengan jika penumpang menjadi penumpang kereta api reguler yang biasa digunakan untuk melakukan perjalanan. Fasilitas-fasilitas yang ditawarkan kereta wisata yang dapat memberikan pengalaman baru kepada penumpangnya dapat dilihat pada Tabel 4.1.



Selama perjalanan para penumpang dapat menikmati fasilitas yang ada antara lain nuansa kereta yang dirancang artistik disesuaikan dengan tema kereta yaitu nuansa Bali, Toraja, dan Nusantara. Nuansa yang dirancang dimaksudkan agar para penumpang mendapatkan pengalaman merasakan nuansa kebudayaan Nusantara, Bali, dan Toraja. Fasilitas karaoke yang nyaman dan lengkap dengan suasana *feels like home*, dan *snack* yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan penumpang selama di perjalanan. Bagi para penumpang yang ingin melakukan perjalanan tanpa meninggalkan pekerjaan, tersedia *meeting room* sebagai tempat untuk mendiskusikan pekerjaan. *Meeting room* juga dapat digunakan sebagai tempat berkumpul para rombongan penumpang kereta wisata. *Air conditioner* memberikan kenyamanan kepada para penumpang selama diperjalanan.

Selain kenyamanan fasilitas yang ditawarkan, adanya seorang pramugara dan seorang pramugari kereta yang siap sedia setiap saat melayani kebutuhan penumpang dengan ramah sehingga memberikan pengalaman pelayanan yang menyenangkan kepada penumpang. PT. Kereta Api Pariwisata juga menjamin keamanan dalam perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan karena keamanan merupakan faktor utama yang dapat memberikan kenyamanan dan ketenangan dalam melakukan perjalanan. Melakukan perjalanan dengan menggunakan kereta wisata dapat memenuhi keinginan wisatawan yang menginginkan perjalanan wisata maupun bisnis dengan suasana yang akrab dan santai.

Tabel 1.7 menunjukkan jenis kereta yang digunakan oleh wisatawan. Kereta wisata yang banyak diminati adalah Kereta Bali. Disetiap bulannya Kereta Bali paling sering melakukan perjalanan yaitu 12 kali perjalanan pada bulan Februari,

7 kali perjalanan pada bulan Maret, 9 kali perjalanan pada bulan April, dan 10 kali perjalanan pada bulan Mei. Sedangkan untuk Kereta Nusantara mulai dioperasikan pada bulan Mei karena pada bulan-bulan sebelumnya dilakukan modifikasi terlebih dahulu pada Kereta Nusantara. Dibulan pertama beroperasi, Kereta Nusantara melakukan 7 kali perjalanan dengan daerah tujuan wisata yang berbeda. Dapat dilihat pula jumlah penumpang yang menggunakan kereta wisata pada setiap bulannya. Pada bulan Mei jumlah penumpang yang melakukan perjalanan dengan kereta wisata paling banyak dibanding dengan bulan-bulan sebelumnya yaitu sebanyak 485 penumpang.

**TABEL 1.7**  
**JENIS KERETA, FREKUENSI KEBERANGKATAN, DAN JUMLAH PENUMPANG**  
**KERETA WISATA BULAN FEBRUARI-DESEMBER 2010**

Jenis Kereta	Bulan											Jml
	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	
Bali (kapasitas 22 penumpang)	12	7	9	10	3	7	9	8	5	6	6	1804
Toraja (kapasitas 22 penumpang)	5	8	6	6	-	7	1	5	4	4	5	1122
Nusantara (kapasitas 19 penumpang)	-	-	-	7	4	7	6	7	2	9	4	874
Jumlah Penumpang	374	330	330	485	142	441	334	419	236	391	381	3800

Sumber: *Vice President Operational* PT. Kereta Api Pariwisata, 2010

Kepuasan dapat diperoleh dari *service experience*, seperti yang telah dikemukakan oleh Knutson, Beck, Hyun Kim, Cha (2006:31) bahwa *service experience* memiliki dimensi seperti *incentive*, *accessibility*, *convenience*, *utility*, *environment*, *benefit*, dan *trust*. Berikut di bawah ini Tabel 1.8 mengenai *service experience* yang dilakukan oleh kereta wisata PT. Kereta Api Pariwisata:

**TABEL 1.8 IMPLEMENTASI SERVICE EXPERIENCE**

No.	Pelayanan	Keterangan
1.	<i>Incentive</i>	Harga yang ditawarkan disesuaikan dengan pelayanan yang diberikan
2.	<i>Accessibility</i>	1. Informasi mengenai kereta wisata berada di stasiun-stasiun kereta sehingga orang-orang yang berada di stasiun dapat mengetahui keberadaan kereta wisata 2. Kereta wisata bisa berangkat kapan saja sehingga calon penumpang dapat menentukan jadwal keberangkatan sendiri tanpa diatur oleh pengelola asalkan pemesanan dilakukan dua minggu sebelum keberangkatan

3.	<i>Convenience</i>	<p>Kemudahan yang dapat dirasakan calon penumpang untuk menggunakan kereta wisata antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi mengenai kereta wisata bisa didapatkan di stasiun-stasiun kereta api, website PT. Kereta Api, dan <i>call center</i> 121.</li> <li>2. Pemesanan kereta wisata dapat dilakukan melalui telepon dan secara <i>on-line</i> sehingga calon penumpang tidak perlu langsung datang ke perusahaan untuk memesan jadwal keberangkatan kereta wisata.</li> </ol>
4.	<i>Utility</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kereta wisata memberikan kepraktisan dalam pemesanan keberangkatan kereta wisata yaitu dengan melalui telepon dan <i>web-site</i>.</li> <li>2. Kualitas pelayanan kereta wisata yang diberikan sesuai dengan yang ditawarkan oleh PT. Kereta Api Pariwisata</li> <li>3. Keamanan dan kenyamanan di dalam kereta wisata menjadi prioritas utama yang diberikan untuk penumpang kereta wisata.</li> </ol>
5.	<i>Environment</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desain kereta dengan nuansa artistik yang membuat penumpang dapat merasakan suasana kebudayaan Bali, Toraja, dan Nusantara</li> <li>2. Fasilitas karaoke yang lengkap didukung dengan suasana <i>feels like home</i></li> <li>3. <i>Meeting room</i> yang memfasilitasi penumpang apabila akan melaksanakan perundingan dengan teman bisnis dengan kapasitas 16 penumpang untuk kereta Bali dan Toraja dan kapasitas 19 penumpang untuk kereta Nusantara</li> <li>4. Ruang VVIP dengan kapasitas 6 orang (untuk kereta Bali dan Toraja)</li> <li>5. Balkon VIP yang luas (untuk kereta Nusantara)</li> <li>6. <i>Mini bar</i></li> <li>7. Penyediaan makanan dan minuman</li> <li>8. Toilet</li> <li>9. Dilengkapi dengan <i>Air Conditioner</i> yang memberikan kenyamanan saat berada di dalam kereta</li> <li>10. Seorang pramugari dan seorang pramugari yang siap melayani penumpang selama di perjalanan</li> </ol>
6.	<i>Benefit</i>	<p>Keuntungan yang didapat jika melakukan perjalanan wisata dengan menggunakan kereta wisata antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendapatkan pelayanan yang ramah dari pramugari dan pramugara yang siap sedia melayani penumpang selama di perjalanan</li> <li>2. Mendapatkan suasana yang berbeda saat melakukan perjalanan dengan menggunakan kereta wisata jika dibandingkan dengan menggunakan kereta regular karena kereta didesain dengan artistik dan menonjolkan sisi kebudayaan Bali, Toraja dan Nusantara</li> <li>3. Pengelola sangat memperhatikan keamanan dan kenyamanan kereta sehingga penumpang tidak perlu mengkhawatirkan keamanan selama diperjalanan</li> <li>4. Penumpang bersama dengan orang-orang yang mereka kenal karena pemesanan kereta dilakukan secara kelompok, dalam artian penumpang tidak bersama dengan orang asing yang tidak dikenal</li> </ol>
7.	<i>Trust</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konten informasi mengenai kereta wisata yang berada di <i>web-site</i> lengkap dan sesuai.</li> <li>2. PT. Kereta Api Pariwisata berusaha untuk membangun kepercayaan penumpang terhadap produk dan jasa yang ditawarkan.</li> </ol>

Sumber: Knutson, Beck, Hyun Kim, Cha (2006:31)

Berdasarkan latar belakang mengenai *service experience* maka perlu dilakukan sebuah penelitian untuk mengetahui hal-hal yang dapat memberikan kepuasan terhadap penumpang kereta wisata secara lebih jelas dan lengkap selain keunggulan-keunggulan yang telah dimiliki oleh kereta api yaitu kecepatan yang

melebihi alat transportasi darat lainnya, dengan menggunakan kereta api penumpang tidak akan merasakan terjebak dalam kemacetan yang biasa dialami ketika mengendarai mobil atau sepeda motor. Kepuasan timbul dari apa yang telah dialami dan dirasakan konsumen dari produk atau jasa yang mereka gunakan. Kereta wisata mulai dioperasikan pada bulan Februari 2010. Dengan masa pengoperasian yang relatif pendek, PT. Kereta Api Pariwisata perlu terus menerus melakukan evaluasi untuk mengetahui seberapa besar pengalaman jasa yang didapat oleh penumpang dapat menciptakan kepuasan terhadap penumpang tersebut.

PT. Kereta Api menawarkan produk yang dapat memberikan pengalaman yang berbeda pada saat wisatawan melakukan perjalanan wisatanya sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai *service experience* kereta wisata untuk mengetahui kinerja yang telah diberikan oleh kereta wisata terhadap penumpangnya. Pengalaman yang didapatkan oleh penumpang kereta wisata diharapkan dapat memberikan kepuasan terhadap penumpang tersebut. Maka dari itu, perlu dilakukan penelitian mengenai **”Analisis *Service Experience* dalam Menciptakan Kepuasan Penumpang Kereta Wisata PT. Kereta Api Pariwisata”** untuk mengetahui faktor-faktor pelayanan pengalaman seperti apa yang dapat memberikan kepuasan kepada penumpang kereta wisata sehingga pengelola kereta wisata dapat terus memperbaiki dan meningkatkan pelayanan dalam memberikan pengalaman untuk memuaskan para penumpang kereta wisata.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dalam uraian di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah *service experience* yang ditawarkan PT. Kereta Api Pariwisata.
2. Bagaimanakah kepuasan penumpang kereta wisata PT. Kereta Api Pariwisata.
3. Bagaimanakah *service experience* dalam menciptakan kepuasan penumpang kereta wisata PT. Kereta Api Pariwisata

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian antara lain untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. *Service experience* yang ditawarkan PT. Kereta Api Pariwisata.
2. Tingkat kepuasan penumpang kereta wisata PT. Kereta Api Pariwisata.
3. Pengaruh *service experience* dalam menciptakan kepuasan penumpang kereta wisata PT. Kereta Api Pariwisata.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan konseptual bagi pengembangan ilmu dan penelitian dalam bidang disiplin ilmu Manajemen Pemasaran Pariwisata khususnya *service experience* yang merupakan bagian yang sangat penting dalam keberlangsungan dan pengembangan kegiatan

kepariwisataan yang menitik beratkan kepada pelayanan dalam memberikan pengalaman yang baik kepada wisatawan. Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui mengenai *service experience* kereta wisata seperti apa yang dapat menciptakan kepuasan penumpang. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi peneliti dalam mengembangkan wawasan Manajemen Pemasaran Destinasi.

## 2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu PT. Kereta Api Pariwisata dalam menciptakan pelayanan yang dapat menghasilkan pengalaman seperti apa yang dapat memberikan kepuasan kepada para penumpang kereta wisata. Dengan meneliti *service experience* yang dirasakan para penumpang, PT. Kereta Api Pariwisata dapat mengetahui dimensi *service experience* mana yang dapat menciptakan kepuasan para penumpang pada saat menggunakan kereta wisata sehingga PT. Kereta Api Pariwisata dapat terus meningkatkan dan memperbaharui *service experience* terhadap penumpang sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap para penumpang dan apabila para penumpang sudah merasakan kepuasan, maka para penumpang tidak akan merasa kecewa dan dipastikan bahwa mereka akan merencanakan untuk menjadi konsumen PT. Kereta Api Pariwisata kembali dan perusahaan pun akan mendapat keuntungan dengan adanya hal tersebut dan produk yang ditawarkan akan terus eksis di industri pariwisata.