

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

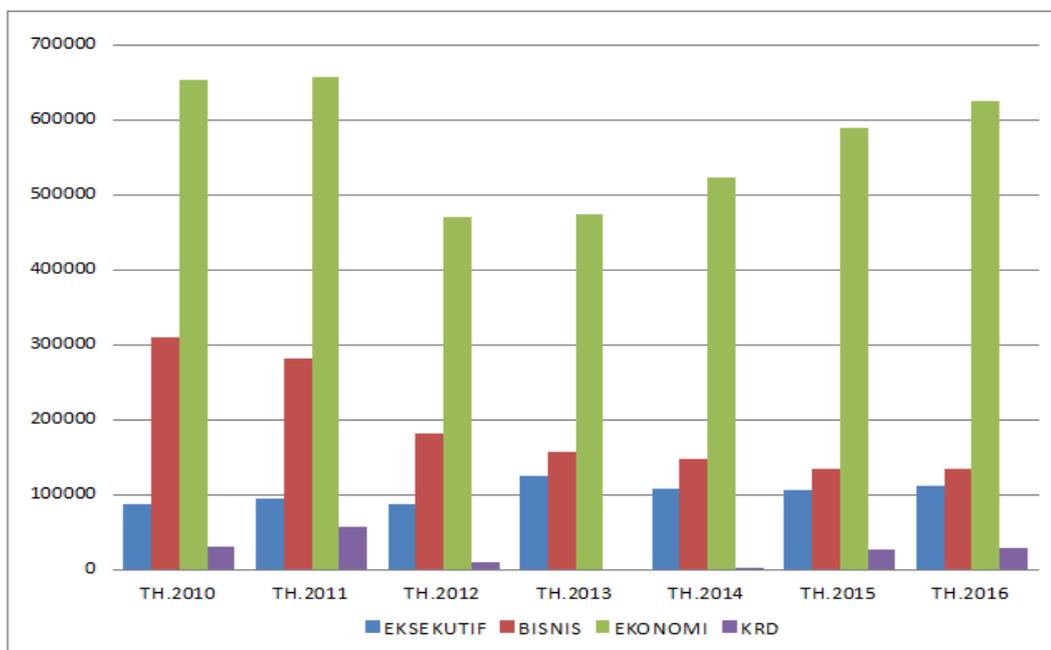
Bisnis merupakan istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari dan juga untuk memuaskan kebutuhan masyarakat dan untuk mencari laba dan keuntungan. Para pebisnis pada saat ini berusaha semaksimal mungkin untuk dapat menawarkan produk kepada calon konsumen dengan harapan konsumen tertarik dengan apa yang ditawarkan dan kemudian terjadilah transaksi yang menguntungkan satu sama lainnya.

Menurut Miro (2005) “Transportasi dapat diartikan usaha memindahkan, mengerakkan, mengangkut, atau mengalihkan suatu objek dari suatu tempat ke tempat lain, di mana di tempat lain ini objek tersebut lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan-tujuan tertentu.” Oleh karena itu transportasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia karena transportasi berkontribusi besar pada kehidupan dalam kaitannya dengan aktivitas manusia sehari-hari. Dengan adanya transportasi maka masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai daerah baik dalam jarak dekat maupun jarak jauh yang umumnya tidak dapat ditempuh dengan berjalan kaki.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa transportasi. Dimana pada saat ini jalur yang dimiliki semakin banyak begitupun dengan armada yang dimilikinya.

Setiap kantor cabang tersebut memiliki unit Humas yang berperan sebagai komunikator dalam menyampaikan isi pesan yang berkaitan dengan perusahaan dan juga untuk membentuk citra perusahaan. Maka humas membantu perusahaan untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara efektif dengan tujuan agar pihak internal maupun eksternal di setiap daerah dapat mengetahui informasi tersebut, sehingga didapatkan saling pengertian dan membangun citra positif oleh masyarakat. Demikian pula yang dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia

(Persero) Divre III Sumatera Selatan yang merupakan salah satu cabang dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang melakukan aktivitas-aktivitas yang dapat meningkatkan hubungan baik dengan pihak eksternal (masyarakat).



Gambar 1.1

Realisasi Volume Angkutan Penumpang Divre III Sumsel tahun 2010-2016

Sumber: PT KAI Divre III Sumsel, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa volume penumpang PT Kereta Api Indonesia (Persero) DIVRE III Sumatera Selatan mengalami peningkatan. Hal ini membuat penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana peran humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) DIVRE III Sumatera Selatan dalam menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal (masyarakat) khususnya dalam menarik minat calon pengunjung.

Begitu pula dengan data yang penulis dapatkan dari hasil pencarian populasi pengguna aktif jasa Kereta Api Indonesia (Persero) DIVRE III Sumatera Selatan dari mahasiswa yang ada di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya, yaitu sebanyak 200 pengguna. Dari pra kuesioner yang dilakukan kepada 30 orang mahasiswa jurusan administrasi bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya didapat hasil bahwa hanya 26,7 % yang mengetahui informasi tentang

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Sumatera Selatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa humas PT Kereta Api Indonesia Divre III Sumatera Selatan belum berperan dengan baik khususnya dalam penyampaian informasi.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat topik ini kedalam penulisan laporan akhir dengan judul **“PERAN HUMAS PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) DIVRE III SUMATERA SELATAN DALAM MENINGKATKAN HUBUNGAN BAIK DENGAN PUBLIK EKSTERNAL (MASYARAKAT) (STUDI KASUS: MAHASISWA JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana peran humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) DIVRE III Sumatera Selatan dalam meningkatkan hubungan baik dengan publik eksternal (masyarakat) ?
2. Bagaimana cara humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Sumatera Selatan dalam memperbaiki penyampaian informasi kepada publik eksternal (masyarakat)?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar penulisan laporan ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang akan dibahas, maka dibatasi ruang lingkup pembahasannya yaitu Bagaimana peran humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) DIVRE III Sumatera Selatan dalam meningkatkan hubungan baik dengan publik eksternal (Masyarakat) (Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya) dan cara humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Sumatera Selatan dalam memperbaiki penyampaian informasi kepada publik eksternal (masyarakat) (Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya).

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan laporan ini adalah:

1. Untuk mengetahui Bagaimana peran humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) DIVRE III Sumatera Selatan dalam meningkatkan hubungan baik dengan publik eksternal (Masyarakat).
2. Untuk mengetahui cara humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Sumatera Selatan dalam memperbaiki penyampaian informasi kepada publik eksternal (masyarakat).

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan
 - a. Penulisan ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan, khususnya bagian Humas dalam meningkatkan hubungan baik dengan publik eksternal (Masyarakat) PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Sumatera Selatan .
 - b. Penulisan ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan, khususnya bagian humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Sumatera Selatan mengenai cara memperbaiki penyampaian informasi kepada publik eksternal (masyarakat).
2. Bagi Penulis

Menambah Wawasan dan pengetahuan mengenai peran humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Sumatera Selatan dalam meningkatkan hubungan baik dengan publik eksternal (Masyarakat) dan cara humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Sumatera Selatan dalam memperbaiki penyampaian informasi kepada publik eksternal (masyarakat).

3. Bagi Pembaca

Melalui penulisan laporan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca mengenai peran humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Sumatera Selatan dalam meningkatkan hubungan baik dengan publik eksternal (Masyarakat) dan cara humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Sumatera Selatan dalam memperbaiki penyampaian informasi kepada publik eksternal (masyarakat). serta dapat dijadikan referensi dalam melakukan studi kasus lanjutan yang serupa dengan laporan ini.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penulisan laporan ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang akan dibahas, maka dibatasi ruang lingkup pembahasannya yaitu Bagaimana peran humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) DIVRE III Sumatera Selatan dalam meningkatkan hubungan baik dengan publik eksternal (Masyarakat) (Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya) dan cara humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) DIVRE III Sumatera Selatan dalam memperbaiki penyampaian informasi kepada publik eksternal (masyarakat) (Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya).

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

“Data Primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya” (Yusi dan Idris, 2009:103). Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan cara wawancara langsung kepada Kepala Bagian Humas di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Sumatera

Selatan dan memberikan kuesioner kepada mahasiswa di jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang pernah menggunakan jasa transportasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Sumatera Selatan.

2. Data Sekunder

“Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi” (Yusi dan Idris, 2009:103). Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dari berbagai macam referensi seperti buku, jurnal, dan hasil penelitian dari pihak lain yang telah dipublikasikan.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penyusunan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Studi Lapangan

Yaitu pengumpumpulan data yang dipergunakan dalam penyusunan laporan akhir ini adalah:

a. Wawancara (*interview*)

Yaitu mengumpulkan data ini diperoleh dengan mengadakan pertanyaan langsung terhadap orang-orang ataupun pekerja yang berhubungan langsung dengan penelitian penulis, sehingga memudahkan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dan dapat memperbanyak dalam pengumpulan data.

b. Kuesioner

Menurut Yusi dan Idris (2016:120) “kuesioner merupakan alat pengumpul data primer berupa daftar pertanyaan terbuka maupun tertutup yang diajukan kepada responden”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner tertutup yang diajukan kepada responden yaitu mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang pernah

menggunakan jasa transportasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Sumatera Selatan.

2. Studi Pustaka (Library Research)

Metode ini dilakukan dengan jalan mencari data-data secara teoritis dan mempelajari sumber-sumber tertulis yang berhubungan dengan masalah, yang kemudian dijadikan sebagai landasan teori untuk membandingkan antara prakteknya di perusahaan.

1.5.4 Metode Analisis Data

1. Metode Kualitatif

Adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sample sumber dan data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif / kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dari pada generalisasi (Sugiono, 2009:15).

2. Metode Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2015:238-239) bahwa “teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik”. Penulis menggunakan analisis data kuantitatif (angka/hitungan) sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan. Pengolahan data tersebut akan didapat informasi mengenai Peran Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divre III Sumatera Selatan terhadap publik eksternal (masyarakat).

Data-data kuantitatif yang diperoleh penulis dinyatakan dalam bentuk angka sebagai hasil dari pengamatan dan pengukuran yang dapat ditunjukkan melalui presentase lalu dijelaskan dalam bentuk kata, kalimat, jawaban responden menggunakan rumus dari Sugiyono (2009:43) yaitu:

$$P = \frac{F}{n} \times 100\%$$

Keterangan: P: Persentase Jawaban

F: Jumlah Jawaban

n: Jumlah Sampel

Untuk mendapatkan indeks skor penilaian kualitas pelayanan menggunakan rumus Indeks skor (IS) menurut Yusi (2010:79).

$$IS = \frac{\Sigma \text{Skor Penelitian}}{\Sigma \text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

“Sedangkan skor ideal rumusnya adalah nilai tertinggi dikalikan jumlah sampel atau responden. Penelitian ini juga menggunakan interpretasi skor menurut Riduwan” (2011:41) yaitu:

Tabel 1.1

Interprestasi Skor

| NO. | Skor atau Angka | Interprestasi |
|-----|-----------------|---------------|
| 1. | 0% - 20% | Sangat lemah |
| 2. | 21% - 40% | Lemah |
| 3. | 41% - 60% | Cukup |
| 4. | 61% - 80% | Kuat |
| 5. | 81 - 100% | Sangat Kuat |

(Sumber: Sugiyono, 2013:13)

Skala pengukuran dengan menggunakan skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indicator variabel. Kemudian indicator tersebut dijabarkan menjadi titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Tabel 1.2
Skala Pengukuran

| No. | Keterangan | Bobot |
|-----|---------------------|-------|
| 1. | Sangat setuju | 5 |
| 2. | Tidak setuju | 4 |
| 3. | Kurang setuju | 3 |
| 4. | Setuju | 2 |
| 5. | Sangat tidak setuju | 1 |

(Sumber: Sugiyono, 2013:13)

1.5.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013:115) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini ialah Konsumen yang menggunakan jasa PT Kereta Api Indonesia (Persero) DIVRE III Sumatera Selatan berjumlah 200 konsumen. Data tersebut didapat dari data awal yang dibagikan ke masing-masing kelas yang ada di jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

2. Sampel

“Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu (Yusi dan Idris, 2016:64)”. Dalam penelitian ini penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin (Sugiyono, 2013:85)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian karna kesalahan catatan umumnya digunakan 1% atau 0,01 5% atau 0,05 dan 10% atau 0,1 (catatan dapat dipilih oleh peneliti)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + 200(5\%)^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + 0,5}$$

$$n = \frac{200}{1,5}$$

$$n = 133,33 \text{ (Dibulatkan menjadi 133)}$$

Jadi berdasarkan perhitungan sampel diatas yang diambil adalah berjumlah 133 konsumen yang menggunakan jasa PT Kereta Api Indonesia (Persero) DIVRE III Sumatera Selatan.

3. Teknik Sampling

Menurut Yusi dan Idris (2016:68) teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlah sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representative atau benar-benar dapat mewakili populasi.

Pada penelitian ini penulis menggunakan “Teknik Simple Random Sampling yakni teknik pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (dianggap homogen).” (Yusi dan Idris, 2016:69).