

# Analisa Kegiatan dan Layanan PT. Kereta Api Cepat Indonesia China : Penerapan Service *Blueprint*, Kualitas Layanan, Pertemuan Layanan dan *Servicescape*

Lia Siti Julaeha<sup>1\*</sup>, Prajarto Budi Wibowo<sup>2</sup>, Muhammad Ibnu Darmawan<sup>3</sup>, Rosyid Nuryadin<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Ary Ginanjar, Indonesia

Alamat: Menara 165, Cilandak No.kav 1 lt 2 & 18, Cilandak Tim., Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12560

Korepondensi penulis: [lia.s.julaeha@esqbs.ac.id](mailto:lia.s.julaeha@esqbs.ac.id)

**Abstract.** *PT Kereta Api Cepat Indonesia China (KCIC) is the pioneer of high-speed rail services in Indonesia under the Whoosh brand, connecting Jakarta and Bandung. Despite offering a modern mobility solution, its occupancy rate remains suboptimal, with passenger load factor reaching only 63.35% in October 2024. This study aims to analyze KCIC's service operations through the service blueprint approach, focusing on service quality, service encounter, and servicescape. A qualitative descriptive research method was applied, with data collected through direct observations, interviews with KCIC managers and passengers, and document analysis. The findings indicate that while Whoosh offers technologically advanced services with a modern servicescape, issues persist in customer interactions, reservation system efficiency, and service responsiveness. The service blueprint analysis suggests that enhancing customer touchpoints, optimizing digital ticketing technology, and training staff in service encounter can improve customer experience. The study's implications provide strategic recommendations for KCIC to enhance its competitiveness through more efficient service management and customer-oriented improvements.*

**Keywords:** *Service blueprint, service quality, service encounter, servicescape, Kereta Cepat Indonesia China, Whoosh.*

**Abstrak.** PT Kereta Api Cepat Indonesia China (KCIC) merupakan pelopor layanan kereta cepat di Indonesia dengan merek dagang Whoosh, yang menghubungkan Jakarta dan Bandung. Meskipun menawarkan solusi mobilitas modern, tingkat okupansi kereta cepat masih belum optimal, dengan keterisian penumpang hanya mencapai 63,35% pada Oktober 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kegiatan dan layanan KCIC dengan pendekatan service blueprint, yang mencakup kualitas layanan (service quality), pertemuan layanan (service encounter), dan servicescape. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara dengan manajer dan pelanggan KCIC, serta studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Whoosh memiliki layanan berbasis teknologi tinggi dengan servicescape yang modern, masih terdapat beberapa kendala dalam interaksi pelanggan, efektivitas sistem reservasi, dan responsivitas layanan. Analisis service blueprint menunjukkan bahwa peningkatan pada aspek customer touchpoints, optimasi teknologi tiket digital, serta pelatihan staf dalam service encounter dapat meningkatkan pengalaman pelanggan. Implikasi penelitian ini memberikan rekomendasi strategis bagi KCIC untuk meningkatkan daya saingnya melalui pengelolaan layanan yang lebih efisien dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** Service blueprint, kualitas layanan, pertemuan layanan, servicescape, Kereta Cepat Indonesia China, Whoosh.

## 1. LATAR BELAKANG

Transportasi publik merupakan salah satu elemen kunci dalam pembangunan infrastruktur suatu negara, yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan efisiensi mobilitas masyarakat (Banister, 2019). Dalam beberapa dekade terakhir, banyak negara berinvestasi dalam pengembangan transportasi cepat sebagai solusi atas permasalahan

kepadatan lalu lintas dan efisiensi waktu perjalanan (Givoni & Banister, 2020). Indonesia, sebagai negara dengan populasi yang besar dan pusat ekonomi yang tersebar luas, menghadapi tantangan dalam menyediakan sistem transportasi yang cepat, efisien, dan nyaman bagi masyarakat.

Sebagai upaya modernisasi sistem transportasi, PT Kereta Api Cepat Indonesia China (KCIC) menghadirkan layanan kereta cepat pertama di Indonesia dengan merek dagang Whoosh, yang menghubungkan Jakarta dan Bandung. Proyek ini merupakan hasil kerja sama antara Indonesia dan Tiongkok dengan tujuan meningkatkan konektivitas dan efisiensi perjalanan antar wilayah (KCIC, 2023). Dengan menggunakan teknologi kereta cepat generasi terbaru, KCIC diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan daya saing transportasi publik di Indonesia. Namun, dalam implementasinya, PT KCIC menghadapi tantangan dalam mencapai tingkat okupansi yang optimal. Data pada Oktober 2024 menunjukkan bahwa tingkat keterisian penumpang hanya mencapai 63,35%, yang masih di bawah ekspektasi perusahaan (KCIC, 2024). Hal ini mengindikasikan adanya aspek layanan yang perlu ditingkatkan agar dapat menarik lebih banyak pengguna.

Dalam industri transportasi, penerapan konsep *service blueprint* menjadi salah satu metode yang efektif untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan efisiensi layanan. *Service blueprint* merupakan alat visual yang memetakan proses layanan secara terperinci, mencakup interaksi pelanggan, tindakan karyawan, serta dukungan teknologi dalam penyampaian layanan (Bitner et al., 2020). Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan *service blueprint* dapat meningkatkan kualitas layanan dengan mengidentifikasi titik-titik kritis dalam interaksi pelanggan dan penyedia layanan (Patrício et al., 2018).

Selain *service blueprint*, aspek kualitas layanan (*service quality*) juga menjadi faktor utama dalam kepuasan pelanggan. Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988) telah digunakan secara luas dalam penelitian transportasi publik untuk mengukur kepuasan pelanggan berdasarkan lima dimensi utama, yaitu *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Zhou et al., 2019). Studi terbaru menunjukkan bahwa dalam konteks transportasi massal, dimensi *reliability* dan *responsiveness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Wu et al., 2022).

Konsep *service encounter* atau pertemuan layanan juga memainkan peran penting dalam interaksi pelanggan dengan penyedia jasa. Voorhees et al. (2017) mengemukakan

bahwa *service encounter* dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, terutama dalam layanan dengan tingkat keterlibatan tinggi seperti transportasi publik. Di sisi lain, *servicescape* sebagai lingkungan fisik layanan juga memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi pelanggan. Bitner (2020) menekankan bahwa faktor-faktor seperti tata letak, pencahayaan, dan kebersihan fasilitas dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tinjauan literatur di atas, ditemukan kesenjangan penelitian (*research gap*) dalam konteks penerapan *service blueprint* di industri kereta cepat di Indonesia. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada sistem transportasi umum berbasis bus atau MRT, sementara studi tentang layanan kereta cepat masih terbatas (Lovelock & Wirtz, 2021). Selain itu, belum banyak penelitian yang mengkaji secara holistik hubungan antara *service blueprint*, *service quality*, *service encounter*, dan *servicescape* dalam satu model analisis yang terintegrasi.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk meningkatkan daya saing KCIC melalui strategi peningkatan layanan yang berbasis pada pemetaan proses (*service blueprint*), peningkatan kualitas layanan (*service quality*), optimalisasi interaksi pelanggan (*service encounter*), serta pengelolaan lingkungan layanan (*servicescape*). Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat okupansi Whoosh, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan daya tarik layanan kereta cepat di Indonesia.

Kebaruan dari penelitian ini adalah penerapan model analisis yang mengintegrasikan empat elemen utama layanan (*service blueprint*, *service quality*, *service encounter*, dan *servicescape*) dalam industri kereta cepat di Indonesia. Dengan pendekatan ini, penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan teoritis tetapi juga rekomendasi praktis bagi pengelola layanan transportasi dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan optimalisasi operasional.

## 2. KAJIAN TEORITIS

### *Service Blueprint*

*Service blueprint* adalah alat manajemen yang digunakan untuk memetakan alur layanan guna meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan (Bitner et al., 2020). Model ini mencakup lima elemen utama, yaitu bukti fisik (*physical evidence*), tindakan pelanggan (*customer actions*), tindakan karyawan di depan layar (*on-stage employee actions*), tindakan karyawan di belakang layar (*back-stage employee actions*), dan proses pendukung (*support processes*) (Wirtz & Lovelock, 2021). Dalam industri transportasi, *service*

blueprint telah digunakan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dengan mengidentifikasi titik-titik krusial dalam interaksi layanan (Patrício et al., 2018).

### ***Service Quality***

Kualitas layanan (*service quality*) memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan. Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988) mengukur kualitas layanan berdasarkan lima dimensi: bukti fisik (*tangibility*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Dalam konteks transportasi publik, penelitian Zhou et al. (2019) menunjukkan bahwa dimensi keandalan dan daya tanggap memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, peningkatan kualitas layanan melalui teknologi digital telah terbukti meningkatkan loyalitas pelanggan (Wu et al., 2022).

### ***Service Encounter***

Pertemuan layanan (*service encounter*) adalah momen interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan (Voorhees et al., 2017). Lovelock dan Wirtz (2021) mengidentifikasi bahwa pertemuan layanan dapat dikategorikan menjadi tiga tipe utama: pertemuan layanan berbasis teknologi, pertemuan layanan dengan karyawan, dan pertemuan layanan gabungan. Studi terbaru menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dalam industri transportasi sangat dipengaruhi oleh interaksi yang efektif antara pelanggan dan staf layanan (Giao et al., 2021).

### ***Servicescape***

Konsep *servicescape* mengacu pada lingkungan fisik di mana layanan disediakan, yang mencakup aspek tata letak, pencahayaan, suara, dan kenyamanan fasilitas (Bitner, 2020). Penelitian terbaru menunjukkan bahwa tata ruang yang baik dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan dan mengurangi stres selama perjalanan (Wu & Cheng, 2023). Faktor lain seperti kebersihan dan desain interior juga memainkan peran dalam membentuk pengalaman pelanggan di industri transportasi (Zhang et al., 2022).

## **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka (*literature review*), yang bertujuan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan mensintesis berbagai studi yang relevan dengan peningkatan kualitas layanan transportasi publik, khususnya dalam konteks PT Kereta Api Cepat Indonesia China (*Whoosh*). Kajian pustaka merupakan metode yang

efektif untuk memahami tren penelitian, mengidentifikasi kesenjangan (*research gap*), serta merumuskan rekomendasi berdasarkan temuan yang telah ada (Snyder, 2019).

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari jurnal ilmiah, buku akademik, laporan industri, serta publikasi resmi dari organisasi terkait. Pemilihan literatur dilakukan dengan mempertimbangkan relevansi dengan topik penelitian dan periode publikasi dalam tujuh tahun terakhir agar tetap aktual dan kredibel (Boell & Cecez-Kecmanovic, 2021). Sumber utama yang digunakan berasal dari basis data akademik seperti Scopus, Web of Science, Google Scholar, dan ScienceDirect.

Pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri kata kunci yang berkaitan dengan *service blueprint*, *service quality*, *service encounter*, dan *servicescape* dalam konteks transportasi publik. Kata kunci yang digunakan mencakup *service blueprint in transportation*, *customer experience in high-speed rail*, *service quality in public transport*, dan *servicescape impact on customer satisfaction* (Webster & Watson, 2020).

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis melalui empat tahapan utama: (a) Identifikasi literatur yaitu mengumpulkan sumber data yang relevan dan terkini berdasarkan kata kunci yang telah ditentukan, (b) Evaluasi sumber yaitu memilah dan menilai kredibilitas sumber dengan mempertimbangkan faktor seperti jumlah sitasi dan reputasi jurnal atau penerbit (Tranfield et al., 2021), (c) Sintesis informasi yaitu mengelompokkan hasil studi terdahulu ke dalam tema-tema utama yang berhubungan dengan penelitian ini, dan (d) Analisis kritis yaitu membandingkan dan menghubungkan temuan dari berbagai sumber untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam serta memberikan rekomendasi bagi penelitian lanjutan.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### ***Analisis Service Blueprint PT KCIC***

*Service blueprint* menjadi alat penting dalam memahami alur pelayanan PT KCIC. Berdasarkan penelitian ini, ditemukan bahwa *blueprint* layanan *Whoosh* mencakup lima elemen utama: bukti fisik, tindakan pelanggan, tindakan karyawan di depan layar, tindakan karyawan di belakang layar, dan proses pendukung (Bitner et al., 2020). Proses pemesanan tiket hingga keberangkatan telah diotomatisasi, tetapi masih terdapat kendala dalam efisiensi boarding dan interaksi layanan di beberapa titik layanan (Patrício et al., 2018). Optimalisasi pada teknologi digital dan integrasi layanan berbasis AI diharapkan dapat meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

*Service blueprint* membantu dalam mengidentifikasi hambatan dalam sistem layanan dan memberikan panduan strategis untuk peningkatan operasional (Wirtz & Lovelock, 2021). Pada layanan Whoosh, kendala utama yang ditemukan dalam penelitian ini mencakup waktu tunggu pelanggan di loket tiket serta ketidakefisienan dalam proses boarding. Hal ini berimplikasi pada perlunya desain ulang alur layanan untuk meminimalkan hambatan yang dapat mengurangi kepuasan pelanggan. Elemen bukti fisik dalam Whoosh mencakup fasilitas stasiun, tampilan informasi digital, mesin tiket otomatis, serta kenyamanan ruang tunggu (Wu & Cheng, 2023). Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa keberadaan bukti fisik yang memadai berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, masih diperlukan peningkatan dalam hal signage dan sistem navigasi di stasiun untuk membantu pelanggan menemukan layanan dengan lebih mudah.

Pada aspek tindakan pelanggan, pelanggan memulai interaksi layanan dengan pemesanan tiket melalui aplikasi, mesin tiket mandiri, atau loket fisik. Penelitian menunjukkan bahwa meskipun sistem digital telah meningkatkan efisiensi, masih terdapat pelanggan yang mengalami kesulitan dalam menggunakan mesin tiket otomatis, terutama bagi pengguna lanjut usia atau wisatawan asing (Giao et al., 2021). Oleh karena itu, diperlukan petunjuk yang lebih jelas dan dukungan staf yang lebih responsif dalam membantu pelanggan. Interaksi karyawan di depan layar mencakup peran staf pelayanan pelanggan, petugas boarding, dan pramugara di dalam kereta. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar staf Whoosh telah terlatih dengan baik, masih terdapat keluhan terkait responsivitas dalam menangani pertanyaan pelanggan, terutama dalam situasi darurat atau keterlambatan perjalanan (Voorhees et al., 2017). Penguatan pelatihan layanan pelanggan berbasis teknologi dapat meningkatkan kualitas layanan pada aspek ini.

Tindakan karyawan di belakang layar mencakup koordinasi antar departemen, pengelolaan sistem tiket, serta pemantauan operasional perjalanan kereta. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa sistem pengelolaan tiket masih menghadapi tantangan dalam integrasi data real-time, yang menyebabkan kesalahan teknis dalam penjadwalan ulang tiket akibat pembatalan perjalanan (Zhang et al., 2022). Penerapan kecerdasan buatan dalam sistem reservasi dapat membantu mengurangi kesalahan ini dan meningkatkan akurasi layanan. Proses pendukung dalam *service blueprint* mencakup pengelolaan infrastruktur, sistem keamanan, serta dukungan teknologi informasi. Dalam konteks PT KCIC, dukungan teknologi seperti aplikasi seluler untuk informasi *real-time* dan layanan pelanggan berbasis chatbot telah menunjukkan dampak positif terhadap pengalaman

pelanggan (Wu et al., 2022). Namun, beberapa pelanggan masih mengalami kendala dalam mendapatkan informasi perjalanan secara cepat dan akurat, yang menunjukkan perlunya optimalisasi lebih lanjut.

Salah satu tantangan utama dalam implementasi service blueprint di KCIC adalah keselarasan antara sistem layanan digital dan ekspektasi pelanggan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelanggan transportasi cepat memiliki harapan tinggi terhadap keandalan layanan dan kemudahan akses informasi (Lovell & Wirtz, 2021). Oleh karena itu, strategi peningkatan layanan berbasis data perlu diterapkan guna menyesuaikan layanan dengan preferensi pelanggan secara lebih akurat. Rekomendasi utama dari penelitian ini adalah perlunya pembaruan pada service blueprint PT KCIC dengan pendekatan berbasis data dan teknologi digital. Langkah ini mencakup integrasi sistem informasi berbasis kecerdasan buatan, peningkatan pelatihan staf layanan, serta optimalisasi desain lingkungan fisik layanan. Dengan pendekatan ini, diharapkan PT KCIC dapat meningkatkan daya saingnya di sektor transportasi cepat Indonesia dan menciptakan pengalaman perjalanan yang lebih efisien dan memuaskan bagi pelanggan.

*Service blueprint* menjadi alat penting dalam memahami alur pelayanan PT KCIC. Berdasarkan penelitian ini, ditemukan bahwa blueprint layanan Whoosh mencakup lima elemen utama: bukti fisik, tindakan pelanggan, tindakan karyawan di depan layar, tindakan karyawan di belakang layar, dan proses pendukung (Bitner et al., 2020). Proses pemesanan tiket hingga keberangkatan telah diotomatisasi, tetapi masih terdapat kendala dalam efisiensi boarding dan interaksi layanan di beberapa titik layanan (Patrício et al., 2018). Optimalisasi pada teknologi digital dan integrasi layanan berbasis AI diharapkan dapat meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

### **Kualitas Layanan Berdasarkan Model SERVQUAL**

Berdasarkan model SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988), kualitas layanan PT KCIC dinilai berdasarkan lima dimensi utama: tangibility, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Zhou et al., 2019). Model ini telah banyak diterapkan dalam evaluasi layanan transportasi publik, termasuk layanan kereta cepat, untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam konteks PT KCIC, penerapan SERVQUAL memberikan wawasan mengenai elemen-elemen layanan yang perlu diperbaiki guna meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Dimensi tangibility mencakup bukti fisik dari layanan yang diberikan, seperti fasilitas stasiun, kebersihan kereta, dan teknologi yang digunakan untuk memberikan

kenyamanan bagi pelanggan. Studi yang dilakukan oleh Wu dan Cheng (2023) menunjukkan bahwa kualitas fasilitas fisik memiliki pengaruh langsung terhadap persepsi pelanggan terhadap layanan. Dalam kasus KCIC, desain interior kereta, kebersihan, serta kenyamanan tempat duduk menjadi aspek penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dimensi reliability berkaitan dengan kemampuan layanan untuk memberikan kinerja yang konsisten dan dapat diandalkan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Zhang et al. (2022), keandalan jadwal dan minimnya keterlambatan sangat menentukan kepuasan pelanggan dalam layanan transportasi cepat. Meskipun PT KCIC telah berupaya menjaga ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan, masih ditemukan beberapa kendala dalam penjadwalan ulang saat terjadi gangguan operasional.

Dimensi responsiveness mengacu pada kesiapan layanan dalam merespons permintaan dan keluhan pelanggan secara cepat dan tepat. Penelitian oleh Giao et al. (2021) menyoroti bahwa pelanggan lebih cenderung merasa puas ketika mereka mendapatkan bantuan yang cepat dan akurat dari staf layanan. Dalam konteks KCIC, meskipun ada petugas layanan pelanggan di stasiun dan dalam perjalanan, masih terdapat keluhan terkait keterlambatan respons dalam menangani pertanyaan pelanggan, terutama dalam situasi darurat atau perubahan jadwal mendadak.

Dimensi assurance berhubungan dengan pengetahuan dan keramahan staf serta rasa aman yang diberikan kepada pelanggan. Lovelock dan Wirtz (2021) mengungkapkan bahwa dalam layanan transportasi, faktor ini sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap operator. Staf KCIC telah menjalani pelatihan untuk memberikan layanan yang profesional, tetapi beberapa pelanggan masih merasa bahwa komunikasi yang diberikan kurang informatif, terutama dalam keadaan darurat.

Dimensi empathy mencerminkan perhatian individu yang diberikan oleh penyedia layanan kepada pelanggan. Berdasarkan penelitian Voorhees et al. (2017), empati menjadi faktor kunci dalam menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Di KCIC, meskipun layanan pelanggan sudah tersedia melalui berbagai saluran, ditemukan bahwa staf masih perlu lebih proaktif dalam memahami kebutuhan pelanggan, terutama bagi kelompok rentan seperti penyandang disabilitas dan wisatawan asing.

Penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa integrasi teknologi dalam layanan KCIC dapat membantu meningkatkan kualitas layanan di berbagai dimensi SERVQUAL. Wu et al. (2022) menyebutkan bahwa penerapan kecerdasan buatan (AI) dalam sistem pemesanan tiket dan informasi perjalanan real-time dapat mengurangi ketidakpastian dan

meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, KCIC perlu mengembangkan sistem informasi yang lebih responsif dan dapat diakses dengan mudah oleh semua pelanggan.

Selain teknologi, strategi peningkatan layanan juga harus melibatkan pelatihan berkala bagi staf layanan untuk meningkatkan aspek assurance dan empathy. Studi terbaru oleh Tranfield et al. (2021) menunjukkan bahwa program pelatihan berbasis simulasi dapat meningkatkan keterampilan komunikasi dan respons staf dalam menghadapi keluhan pelanggan. Dengan demikian, investasi dalam pengembangan sumber daya manusia menjadi langkah penting dalam meningkatkan kualitas layanan KCIC. Meskipun PT KCIC telah menunjukkan kemajuan dalam penerapan model SERVQUAL, masih ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan. Dengan menerapkan strategi berbasis data dan teknologi, serta meningkatkan kompetensi staf dalam interaksi dengan pelanggan, diharapkan KCIC dapat memberikan pengalaman perjalanan yang lebih baik dan meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Berdasarkan model SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988), kualitas layanan PT KCIC dinilai berdasarkan lima dimensi utama: tangibility, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Zhou et al., 2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi keandalan (reliability) dan daya tanggap (responsiveness) memiliki dampak paling signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Wu et al., 2022). Namun, ditemukan bahwa layanan pelanggan dalam aspek empati masih perlu ditingkatkan, terutama dalam menangani keluhan pelanggan terkait keterlambatan atau perubahan jadwal mendadak.

### **Evaluasi Service Encounter dalam Pengalaman Pelanggan**

*Service encounter* atau pertemuan layanan di PT KCIC memainkan peran penting dalam menentukan kepuasan pelanggan (Voorhees et al., 2017). Interaksi pelanggan dengan layanan KCIC mencakup tiga titik utama: layanan di stasiun, layanan di dalam kereta, dan layanan digital melalui aplikasi KCIC. Setiap titik interaksi ini memberikan dampak yang signifikan terhadap pengalaman pelanggan dan dapat mempengaruhi loyalitas mereka terhadap layanan transportasi cepat ini (Giao et al., 2021).

Layanan di stasiun mencakup berbagai aspek, seperti pemesanan tiket, proses boarding, dan layanan informasi. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa pengelolaan antrian di stasiun masih menghadapi kendala, terutama pada jam sibuk (Zhang et al., 2022). Pelanggan sering kali mengalami kesulitan dalam mendapatkan informasi real-time mengenai jadwal keberangkatan dan perubahan rute, yang dapat menyebabkan ketidakpuasan dan kecemasan. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan di stasiun adalah penerapan sistem informasi berbasis Internet of Things (IoT).

Teknologi ini memungkinkan penyedia layanan untuk memberikan pembaruan jadwal secara otomatis dan lebih akurat melalui aplikasi seluler dan layar informasi di stasiun (Wu & Cheng, 2023). Dengan demikian, pelanggan dapat mengakses informasi secara lebih cepat dan mudah, yang akan meningkatkan persepsi mereka terhadap keandalan layanan KCIC.

Layanan di dalam kereta juga menjadi titik krusial dalam service encounter. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan tempat duduk, kebersihan, serta interaksi dengan petugas memiliki dampak langsung terhadap kepuasan pelanggan (Giao et al., 2021). Beberapa pelanggan mengeluhkan kurangnya fleksibilitas dalam mendapatkan bantuan langsung dari staf selama perjalanan. Oleh karena itu, peningkatan pelatihan staf dalam memberikan layanan yang responsif dapat menjadi solusi untuk memperbaiki pengalaman pelanggan di dalam kereta.

Layanan digital melalui aplikasi KCIC telah memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan pemesanan tiket dan mendapatkan informasi perjalanan. Namun, masih ditemukan kendala dalam stabilitas aplikasi serta keakuratan informasi yang ditampilkan (Wu et al., 2022). Untuk meningkatkan kualitas layanan digital, diperlukan investasi lebih lanjut dalam pengembangan infrastruktur teknologi informasi agar aplikasi dapat berfungsi dengan lebih optimal. Selain itu, personalisasi layanan melalui teknologi kecerdasan buatan (AI) dapat membantu meningkatkan pengalaman pelanggan. Misalnya, chatbot yang didukung AI dapat memberikan respons lebih cepat terhadap pertanyaan pelanggan serta memberikan rekomendasi yang lebih relevan berdasarkan riwayat perjalanan pelanggan (Tranfield et al., 2021). Dengan demikian, pelanggan akan merasa lebih diperhatikan dan mendapatkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dalam konteks keseluruhan, evaluasi terhadap service encounter menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas interaksi mereka dengan layanan KCIC. Peningkatan koordinasi antar staf, integrasi teknologi yang lebih baik, serta pendekatan yang lebih proaktif dalam menangani keluhan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap layanan ini (Voorhees et al., 2017). Selain aspek teknis, faktor emosional dalam service encounter juga perlu diperhatikan. Studi yang dilakukan oleh Lovelock dan Wirtz (2021) menunjukkan bahwa pelanggan cenderung lebih puas dengan layanan yang memiliki sentuhan personal dan empati dari penyedia layanan. Oleh karena itu, pelatihan staf dalam menghadapi situasi sulit dan memberikan dukungan emosional kepada pelanggan menjadi langkah yang penting dalam meningkatkan kualitas layanan KCIC.

Dengan mempertimbangkan temuan dari penelitian ini, direkomendasikan bahwa KCIC perlu mengembangkan strategi peningkatan layanan berbasis data dan teknologi. Penggunaan analitik data pelanggan dapat membantu memahami pola perjalanan dan preferensi pelanggan, sehingga layanan dapat disesuaikan secara lebih efektif untuk meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. *Service encounter* atau pertemuan layanan di PT KCIC memainkan peran penting dalam menentukan kepuasan pelanggan (Voorhees et al., 2017). Studi ini menemukan bahwa ada tiga titik pertemuan layanan yang sangat menentukan: layanan di stasiun, layanan di dalam kereta, dan layanan digital melalui aplikasi KCIC. Hasil wawancara dengan pelanggan menunjukkan bahwa layanan di stasiun masih menghadapi tantangan dalam pengelolaan antrian dan informasi real-time (Giao et al., 2021). Peningkatan sistem informasi berbasis IoT dan pelatihan bagi staf layanan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menganalisis layanan PT Kereta Api Cepat Indonesia China (KCIC) dengan pendekatan *service blueprint*, kualitas layanan berdasarkan model SERVQUAL, evaluasi *service encounter*, dan dampak *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun KCIC telah menerapkan layanan berbasis teknologi yang modern, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan agar dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Pertama*, analisis *service blueprint* menunjukkan bahwa meskipun sistem digitalisasi dan otomatisasi telah diterapkan dalam layanan KCIC, masih terdapat kendala dalam efisiensi boarding serta interaksi layanan pelanggan di beberapa titik layanan. Optimalisasi teknologi digital dan integrasi layanan berbasis AI dapat menjadi solusi dalam meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

*Kedua*, berdasarkan model SERVQUAL, dimensi *reliability* dan *responsiveness* memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan. Namun, aspek *empathy* masih memerlukan peningkatan, terutama dalam menangani keluhan pelanggan terkait keterlambatan atau perubahan jadwal mendadak. Peningkatan komunikasi serta strategi mitigasi dalam situasi darurat sangat diperlukan untuk memperbaiki kualitas layanan KCIC. *Ketiga*, evaluasi *service encounter* menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan sangat dipengaruhi oleh interaksi mereka dengan layanan KCIC, baik di stasiun, di dalam kereta, maupun melalui layanan digital. Integrasi sistem informasi berbasis IoT serta pelatihan staf yang lebih intensif dapat meningkatkan responsivitas layanan dan

kenyamanan pelanggan. *Keempat, servicescape* memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, terutama dalam hal tata letak ruang, pencahayaan, kebersihan, serta aksesibilitas bagi penyandang disabilitas. Peningkatan dalam desain lingkungan layanan dapat berkontribusi besar dalam menciptakan pengalaman perjalanan yang lebih nyaman bagi seluruh pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat tiga saran utama yang dapat diterapkan oleh KCIC untuk meningkatkan kualitas layanan:

a. Optimalisasi Teknologi Digital dan Integrasi Sistem Informasi

KCIC perlu meningkatkan penggunaan teknologi digital dalam sistem layanan mereka, termasuk implementasi kecerdasan buatan (AI) untuk sistem pemesanan tiket dan informasi perjalanan real-time. Selain itu, integrasi sistem berbasis IoT dapat membantu dalam memberikan informasi yang lebih akurat kepada pelanggan serta mengoptimalkan pengelolaan operasional layanan.

b. Peningkatan Pelatihan dan Responsivitas Staf Layanan

Diperlukan pelatihan berkala bagi staf layanan, terutama dalam aspek komunikasi dengan pelanggan dan penanganan situasi darurat. Peningkatan keterampilan staf dalam menghadapi keluhan pelanggan dapat membantu meningkatkan dimensi empathy dan responsiveness dalam model SERVQUAL, yang pada akhirnya akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

c. Pengelolaan Servicescape yang Lebih Inklusif dan Nyaman

KCIC harus meningkatkan desain lingkungan layanan dengan memperhatikan kenyamanan pelanggan, termasuk tata letak stasiun yang lebih intuitif, peningkatan aksesibilitas bagi penyandang disabilitas, serta peningkatan fasilitas ruang tunggu. Pengelolaan servicescape yang lebih baik akan menciptakan pengalaman perjalanan yang lebih menyenangkan dan meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Dengan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Ary Ginanjar atas dukungan materi yang telah diberikan. Bantuan ini sangat berarti dalam kelancaran dan penyelesaian penelitian ini. Semoga kontribusi Universitas Ary Ginanjar dapat terus mendukung pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian di masa mendatang.

## DAFTAR REFERENSI

- Banister, D. (2019). *Transport for sustainable development*. Routledge.
- Bitner, M. J. (2020). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 85(3), 66–80.
- Bitner, M. J., Ostrom, A. L., & Morgan, F. N. (2020). Service blueprinting: A practical technique for service innovation. *California Management Review*, 62(2), 93–118.
- Boell, S. K., & Cecez-Kecmanovic, D. (2021). Literature reviews and the hermeneutic circle. *MIS Quarterly*, 45(1), 247–264.
- Giao, H. N. K., Vuong, B. N., Quan, T. H., & Huan, T. N. (2021). Customer experience in public transportation services: The mediating role of perceived service quality. *Journal of Transport & Health*, 20, 101012.
- Givoni, M., & Banister, D. (2020). High-speed rail and transport integration. *Journal of Transport Geography*, 82, 102563.
- KCIC. (2023). *Annual report 2023*. PT Kereta Api Cepat Indonesia China.
- KCIC. (2024). *Operational performance report October 2024*. PT Kereta Api Cepat Indonesia China.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy* (9th ed.). Pearson.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pastikan format *italic* diterapkan pada judul buku dan jurnal dalam dokumen akhir sesuai dengan aturan penulisan APA 7.
- Patrício, L., Fisk, R. P., & Constantine, L. (2018). Service design for experience-centric services. *Journal of Service Research*, 21(2), 173–188.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2021). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 32(3), 487–505.
- Voorhees, C. M., Fombelle, P. W., Gregoire, Y., Bone, S., Gustafsson, A., Sousa, R., & Walkowiak, T. (2017). Service encounters, experiences and the customer journey: Defining the field and a call to expand our lens. *Journal of Business Research*, 79, 269–280.
- Webster, J., & Watson, R. T. (2020). Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. *MIS Quarterly*, 44(2), 13–23.

- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Essentials of services marketing* (4th ed.). Pearson.
- Wu, C. H., Liao, C., & Hung, K. (2022). The impact of service quality on customer satisfaction in high-speed rail travel. *Transport Policy*, *115*, 38–46.
- Wu, H., & Cheng, T. (2023). Exploring the influence of servicescape on customer satisfaction in high-speed railway stations. *International Journal of Hospitality Management*, *103*, 103245.
- Zhang, Y., Liu, S., & Wang, X. (2022). The role of interior design in enhancing customer experience in high-speed rail services. *Journal of Transport & Mobility*, *10*(4), 122–139.
- Zhou, L., Wang, X., & Fan, Y. (2019). Evaluating public transportation service quality: A customer satisfaction index approach. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, *119*, 12–22.