

ANALISIS PENGEMBANGAN LITERASI DIGITAL DALAM KINERJA LAYANAN PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) (Studi Pada Aplikasi KAI Access di Kota Semarang)

Ratih Amalia Widhi Hapsari¹, Hari Susanta Nugraha², Saryadi³

^{1,2,3}Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro

¹Email: ratihamalia19@gmail.com

Abstract: PT. Kereta Api Indonesia has developed a system to excel in service quality and make it easier for train consumers to purchase train tickets by launching the KAI Access Application. This research is qualitative research namely research that produces descriptive words in writing or orally from people and observed behavior from the phenomena that are happening. The sample in this qualitative research was carried out when the researcher entered the field and during the research. The results of this study indicate that the KAI Access application has not yet become a user-friendly application in the sense that it does not fully meet the needs of the KAI Access application users, there are still many problems that arise from the KAI Access application itself. Based on these results, it is recommended that KAI Access develop the KAI Access Application into a user-friendly application, providing convenience for consumers when registering and logging in to user account. Become an application that has lighter size, so that when used, the application does not crash and error. Being an application that has many payment features that work well, can enter more than one ID (NIK). The schedule change feature that can be functioned properly, so that application users when they want to reschedule tickets do not have to come to the nearest CS station.

Keywords: Digital Literacy; Service Performance

Abstraksi: PT. Kereta Api Indonesia telah menyuburkan sistem guna mengunggulkan kualitas pelayanan serta mempermudah para konsumen kereta api dalam melakukan pembelian tiket kereta api dengan meluncurkan Aplikasi KAI Access. Penelitian ini adalah *penelitian kualitatif*, yaitu penelitian yang menghasilkan kata – kata deskriptif secara tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang sedang terjadi. Sampel dalam penelitian kualitatif ini dilakukan saat peneliti mulai memasuki lapangan serta selama penelitian berlangsung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Aplikasi KAI Access belum menjadi aplikasi yang *user friendly* dalam artian belum memenuhi kebutuhan pengguna Aplikasi KAI Access seutuhnya, masih terdapat banyak permasalahan yang timbul dari Aplikasi KAI Access itu sendiri. Berdasarkan hasil tersebut maka disarankan supaya KAI Access mengembangkan Aplikasi KAI Access menjadi aplikasi yang *user friendly*, memberi kenyamanan konsumen pada saat melakukan register dan log in akun pengguna. Menjadi aplikasi yang memiliki ukuran yang lebih ringan, sehingga pada saat digunakan aplikasi tidak ngebug dan error. Menjadi aplikasi yang memiliki banyak fitur pembayaran yang berfungsi dengan baik, Dapat memasukkan lebih dari satu ID (Nomor NIK). Fitur ubah jadwal yang dapat difungsikan dengan baik, agar pengguna aplikasi pada saat ingin reschedule tiket tidak harus datang ke CS stasiun terdekat.

Kata Kunci: Literasi Digital; Kinerja Layanan

Pendahuluan

Kompetisi pada dunia bisnis sangat berkembang pesat. Di dalam kondisi yang seperti ini perusahaan dituntut untuk menjadi lebih kompetitif dan pada setiap perusahaan diwajibkan mempunyai suatu strategi yang tepat untuk menjalankan perusahaannya.

Kompetitifnya suatu perusahaan maka akan semakin besar juga upaya perusahaan untuk memenangkan persaingan. Disisi lain, salah satu caranya yaitu dengan menggunakan kemajuan teknologi pada kondisi saat ini. Kemajuan yang pesat pada teknologi dapat digunakan oleh perusahaan sebagai inovasi untuk mengikuti perkembangan zaman, disisi lain semua hal sudah serba digital dan online. Kemajuan Teknologi juga semakin pesat menghasilkan suatu perubahan. Salah satu perubahan yang dapat mewajibkan perusahaan agar menjadi lebih unggul dalam menghasilkan suatu inovasi. Dukungan kemajuan teknologi yang sangat pesat yang bertujuan untuk memudahkan konsumen melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian dari konsumen menjadi salah satu komponen terpenting dalam mempertahankan eksistensi suatu perusahaan serta pendapatan perusahaan tersebut. Jika konsumen sudah merasa puas oleh pembelian awal, maka konsumen tersebut akan melakukan pembelian secara berulang. Oleh sebab itu, perusahaan juga harus mempertahankan konsumen dengan selalu menyodorkan yang terbaik sehingga konsumen tidak berpaling ke suatu produk perusahaan lain. Semakin tinggi tingkat pembelian maka semakin tinggi pula suatu keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut. Didalam melakukan transaksi, konsumen harus dapat memutuskan dahulu apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan atau tidak. Konsumen sangat perlu memiliki kesadaran awal terlebih dahulu guna konsumen dalam melakukan transaksi pembelian.

Inovasi dari kebangkitan teknologi tersebut dapat dirasakan oleh semua perusahaan, tidak dibedakan perusahaan transportasi baik milik Negara maupun milik swasta ikut juga mengambil bagian didalamnya. Salah satu perusahaan yang telah mengikuti perkembangan kemajuan teknologi yaitu PT. Kereta Api Indonesia. PT. Kereta Api Indonesia adalah salah satu badan penyedia jasa transportasi darat yang memegang peran vital di dalam pelayanan transportasi masal. PT. Kereta Api Indonesia telah berdiri sejak tanggal 17 Juni 1864.

PT. Kereta Api Indonesia telah menyebarkan sistem guna mengunggulkan kualitas pelayanan serta mempermudah para konsumen kereta api dalam melakukan pembelian tiket kereta api. Sebelumnya, pembelian tiket kereta api dilakukan dengan cara manual yaitu dengan cara mengantri di loket yang sudah disediakan di setiap stasiun. Namun berkat kemajuan teknologi sekarang pembelian tiket dapat dilakukan dengan cara menggunakan aplikasi KAI Access. Aplikasi KAI Access dirancang guna mempermudah konsumen kereta api dalam melakukan transaksi pembelian tiket kereta api.

Tingginya penggunaan internet di Indonesia didorong oleh semakin mudahnya penggunaan, murahnya biaya akses, serta alat komunikasi yang semakin canggih. Didalam sektor bisnis khususnya didalam bidang perkeretaapian, penggunaan teknologi informasi sangat diperlukan untuk menunjang kebutuhan masyarakat pada era modern yang mementingkan kecepatan, kepraktisan, kemudahan, keamanan serta kenyamanan dalam kegiatan bisnis. Perkembangan pada bidang teknologi membuat transaksi diperkertaapian seperti pemesanan, reschedule, serta pembatalan yang semakin mudah dan cepat, dimana konsumen tidak perlu lagi datang ke loket stasiun guna melakukan transaksi.

Perusahaan PT. Kereta Api Indonesia mengembangkan layanan – layanannya tidak hanya pada slogan anda adalah prioritas kami, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi serta gaya hidup. Namun disisi lain, terdapat salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh PT. Kereta Api Indonesia yaitu layanan Aplikasi Mobile KAI Access.

Salah satu perusahaan yang menyediakan layanan transportasi yang sudah mulai

memanfaatkan layanan e-ticketing yaitu PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Dimana pada bulan September tahun 2014 lalu, PT. Kereta Api Indonesia mulai meluncurkan aplikasi mobile KAI Access yang sudah dapat diakses melalui smartphone. Peluncuran KAI Access bertujuan untuk memudahkan para pengguna dalam mendapatkan informasi serta melakukan pemesanan tiket kereta api secara online dengan waktu yang fleksibel. Disisi lain, Aplikasi Mobile KAI Access memiliki manfaat yang didapat antara lain yaitu seperti melakukan pembelian tiket melalui aplikasi mobile KAI Access yang dapat dilakukan mulai dari H-90 hingga 3 jam sebelum keberangkatan kereta api, serta pembayaran tiket hanya dapat dilakukan melalui channel yang telah disediakan, dan serta tidak perlu lagi melakukan Boarding Pass di mesin CIC (Check In Counter) yang terdapat di stasiun karena sudah terdapat e-Boarding yang bisa digunakan mulai 2 jam sebelum keberangkatan kereta api, serta masih banyak manfaat lainnya yang dapat dinikmati oleh calon penumpang kereta api.

Disisi lain, dalam perkembangan Aplikasi Mobile KAI Access juga memiliki kelemahan dan kelebihan dalam pelayanan aplikasi tersebut, berikut merupakan review yang peneliti rangkum dari halaman komentar pada layanan playstore dan App Store Aplikasi Mobile KAI Access yang menyatakan review positif dan review negative yang diberikan konsumen yang telah melakukan pemesanan e-ticket melalui KAI Access, yaitu sebagai berikut.

Tabel 1. Data Review Penggunaan Aplikasi Monile KAI Acces

Tahun	Positif	Negatif	Total Review
2015	155	75	230
2016	120	175	295
2017	245	455	700
2018	513	894	1407
2019	1198	1537	2735
2020	1305	1897	3202
2021	1589	1923	3512

Sumber: Data yang diolah (Play Store & App Store) (2022)

Dari tabel 1 yaitu tabel *review* pengguna aplikasi Mobile KAI Access dari konsumen tahun 2015 hingga tahun 2021. Terdapat banyak review negative sebesar 75 dan review positif sebesar 155 ulasan di tahun 2015, review negative meningkat di tahun 2016 sebesar 175 ulasan dan review positif sebesar 120 ulasan, review negative meningkat di tahun 2017 sebesar 455 ulasan dan review positif sebesar 245 ulasan, review negative meningkat di tahun 2018 sebesar 894 ulasan dan review positif sebesar 513 ulasan, review negative meningkat di tahun 2019 sebesar 1537 ulasan dan review positif sebesar 1198 ulasan, review negative meningkat di tahun 2020 sebesar 1897 dan review positif sebesar 1305 ulasan, review negative meningkat di tahun 2021 sebesar 923 ulasan dan review positif sebesar 1589 ulasan.

Berdasarkan data – data yang telah di ungkap peneliti diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih mendalam terkait hal tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti lebih berfokus pada literasi digital dalam kinerja layanan PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengembangan Literasi Digital Dalam Kinerja Layanan PT. Kereta Api Indonesia (Persero)**”.

Berdasarkan latar belakang menjelaskan Aplikasi KAI Access, Ilmu Teknologi dan Knowledge Creation maka masalah dalam penelitian ini merupakan bagaimana analisis literasi digital dalam kinerja layanan PT. Kereta Api Indonesia, apakah keberadaan KAI

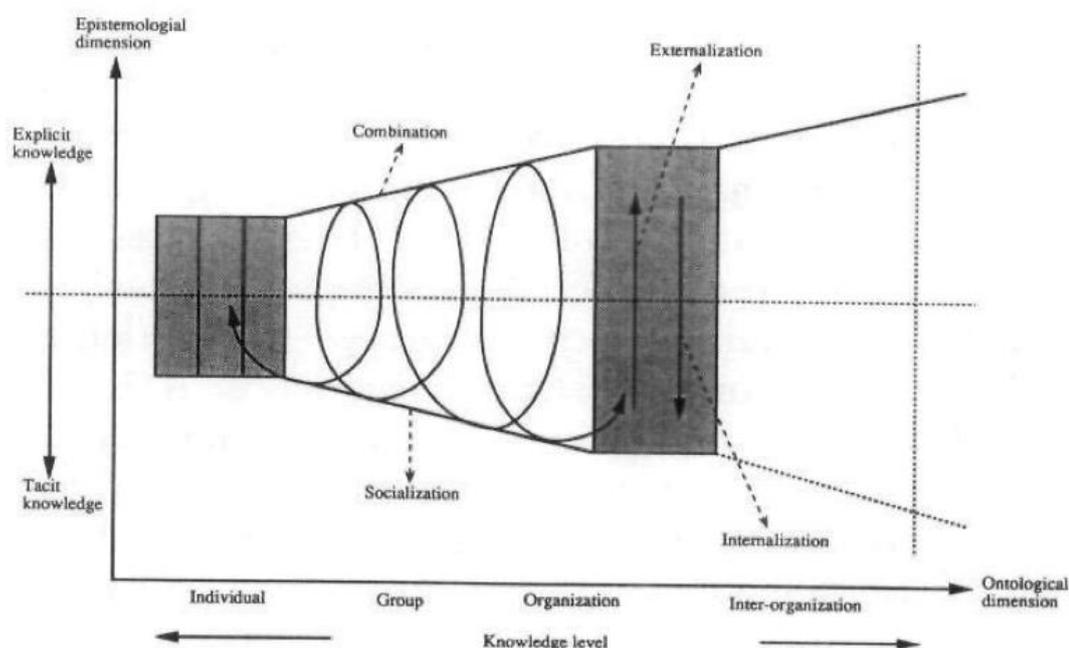
Access dapat membantu mewujudkan kinerja layanan PT. Kereta Api Indonesia. Maka dari itu, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana PT. Kereta Api Indonesia merancang aplikasi yang user friendly bagi masyarakat dalam layanan transportasi?
2. Bagaimana Aplikasi KAI Access menjadi aplikasi yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya dalam pemesanan tiket kereta api?

Kajian Teori

Knowledge Creation

Melalui knowledge management dapat teridentifikasi pengetahuan – pengetahuan yang dimiliki oleh suatu organisasi untuk meningkatkan kinerja anggota serta menghasilkan inovasi dan suatu pengetahuan baru. Untuk dapat menciptakan suatu inovasi dan pengetahuan yang baru dalam suatu organisasi sangat dibutuhkan system knowledge creation yang merupakan salah satu dimensi dari proses knowledge management. Knowledge creation merupakan suatu proses dalam menciptakan suatu pengetahuan melalui siklus tertentu yang disertai dengan media dan adanya transfer pengetahuan kepada orang lain. Dengan menerapkan system knowledge creation dalam suatu oerganisasi dengan baik, maka organisasi tersebut akan terus memperbaiki diri serta menghasilkan karya yang kreatif serta inovatif secara berkelanjutan dalam menghadapi lingkungan yang selalu berubah.



Gambar 1. Proses Spiral Pada Knowledge Creation

Sumber: Nonaka, Ikujiro Takeuchi (1995)

Dalam lingkup organisasi pengetahuan sebenarnya diciptakan oleh individu yang berada dalam suatu organisasi, dikarenakan pada dasarnya organisasi tidak dapat menciptakan pengetahuan tanpa adanya individu yang bersangkutan. Dalam suatu organisasi, organisasi harus melakukan perputaran tacit knowledge yang telah diciptakan serta melakukan transfer knowledge pada suatu tingkat individu. Perputaran serta transfer pengetahuan kepada individu kemudian dirumuskan melalui empat model konversi pengetahuan serta selanjutnya diproses pada tingkat ontology yang lebih tinggi. Proses

tersebut dinamakan “*Spiral of Knowledge*” merupakan suatu interaksi antara tacit knowledge serta explicit knowledge yang terjadi pada tingkatan ontology dari tingkatan yang paling rendah (individu) ke suatu tingkatan yang lebih tinggi (Nonaka, Ikujiro Takeuchi, 1995). (Nonaka, Ikujiro Takeuchi, 1995) menggambarkan proses spiral pada Knowledge Creation seperti pada Gambar 1.

Metode penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian Kualitatif juga merupakan suatu pendekatan induktif untuk penyusunan pengetahuan yang menggunakan riset dan menekankan subjektivitas serta arti pengalaman bagi individu.

Hasil dan pembahasan

Dari analisis yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa aplikasi KAI Access susah dalam melakukan register dan log in. hal tersebut sangatlah mengganggu kenyamanan konsumen dalam mengaplikasikan KAI Access untuk melakukan order tiket, dikarenakan register dan log in merupakan tahap awal dimana pengguna aplikasi ingin melakukan transaksi pembelian tiket melalui KAI Access. Permasalahan tersebut sudah diketahui pihak PT. Kereta Api Indonesia Persero DAOP IV Semarang dan ditanggapi bahwa kesusahan untuk register dan log in dapat disebabkan aplikasi dan sinyal pada konsumen yang kurang memadai serta RAM pada HP pengguna Aplikasi KAI Access.

Aplikasi KAI Access sering error dan ngebug pada saat digunakan oleh pengguna, hal tersebut sangat mengganggu dan tidak membuat nyaman konsumen dalam pengaplikasian Aplikasi KAI Access. Sehingga dapat membuat daya minat penggunaan Aplikasi KAI Access semakin menurun dan sedikit serta dari hal tersebut membuat rating Aplikasi KAI Access di Play Store dan APP Store semakin menurun. Disisi lain pihak PT. Kereta Api Indonesia memberikan tanggapan bahwa hal tersebut dapat terjadi dikarenakan banyaknya yang mengakses Aplikasi KAI Access, namun pihak PT. Kereta Api Indonesia juga sudah melakukan evaluasi terkait hal tersebut, dan PT. Kereta Api Indonesia juga memberikan arahan kepada pengguna untuk melakukan pembaruan aplikasi secara berkala jika ada.

Aplikasi KAI Access terdapat kelemahan terkait susah nya konsumen order lebih dari 1 tiket. Hal tersebut membuat pengguna aplikasi sangat terganggu, dikarenakan setiap pengguna belum tentu order 1 tiket saja. Hal tersebut membuat review negative terkait Aplikasi KAI Access meningkat drastic dikarenakan kurang nyaman nya pengguna aplikasi terkait permasalahan diatas. Pihak PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang menjelaskan bahwa hal tersebut memang benar adanya namun khusus pengguna Iphone saja, dikarenakan peraturan 1 NIK hanya dapat digunakan untuk 1 penumpang saja.

Permasalahan terkait KAI PAY yang tidak berfungsi dengan baik membuat para pengguna aplikasi merasa sangat tidak nyaman. Terdapat pilihan pembayaran KAI PAY namun fitur nya tidak dapat diaplikasikan, serta nilai top up yang dapat digunakan adalah kelipatan 50.000 pada user Iphone sehingga pengguna yang ingin top up tidak dari kelipatan 50.000 merasa rugi dikarenakan sisa saldonya tidak dapat ditarik kedalam rekening. Hal tersebut juga sudah ditanggapi oleh pihak PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang bahwa KAI PAY memang merupakan suatu program baru PT. Kereta Api

Indonesia yang diluncurkan akhir tahun 2021, sehingga pelayanan terakit KAI PAY memang belum maksimal, dan masih dalam tahap pengembangan.

Disisi lain penerapan knowledge creation pada PT. Kereta Api Indonesia bertujuan untuk melancarkan proyek perubahan organisasi perusahaan PT. Kereta Api Indonesia yang diperoleh melalui Diklat dan Diklap. Pada PT. Kereta Api Indonesia diklat dan diklap dilaksanakan dengan tujuan untuk mengasah kemampuan serta kegiatan refreshing yang diberikan PT. Kereta Api Indonesia untuk membentuk karyawan yang lebih berkualitas dan berwawasan luas. Oleh sebab itu, knowledge creation sangatlah penting dalam penerapan kinerja pada PT. Kereta Api Indonesia.

Penerapan digital service pada PT. Kereta Api Indonesia. PT. Kereta Api Indonesia telah memanfaatkan teknologi digital yang akan meningkatkan efisiensi, produktivitas serta keamanan bagi penumpang maupun industry perkeretaapian sejak tahun 2003. Salah satu bentuk PT. Kereta Api Indonesia memanfaatkan teknologi dan mengaplikasikan Digital Service yaitu dengan adanya aplikasi KAI Access. Pada era digital sekarang ini, KAI Access dapat diunduh disemua jenis ponsel Android dan Ios. Tujuan dibentuknya Aplikasi KAI Access yaitu untuk mempermudah konsumen dalam mengorder tiket dan melakukan reschedule tiket, melihat jadwal, dan boarding online serta fitur – fitur lainnya. Semua hal tersebut dapat diakses secara online tanpa mengenal batasan waktu dan lokasi.

Dalam kinerja layanan pada PT. Kereta Api Indonesia sudah memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin bagi konsumennya agar selalu merasa nyaman dan puas. Dengan adanya Aplikasi KAI Access pun para staff PT. Kereta Api Indonesia pun juga merasa terbantu dalam memberikan pelayanannya kepada konsumen. Kinerja layanan yang telah diberikan pihak PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang sudah sangat maksimal ditambah dengan adanya Aplikasi Kai Access yang telah membantu pelayanan PT. Kereta Api Indonesia menjadi lebih unggul.

Pada PT. Kereta Api Indonesia pengembangan Aplikasi KAI Access salah satu langkahnya yaitu dengan di upgradenya Aplikasi KAI Access menjadi versi yang lebih baik dari sebelumnya agar konsumen lebih nyaman dalam menggunakan aplikasi tersebut. Mengingat rating Aplikasi KAI Access yang sangat rendah yaitu, 1,8 dari 5 pada APP Store dan 3,7 dari 5 pada Play Store, membuat PT. Kereta Api Indonesia dituntut untuk selalu mengembangkan alikasi KAI Access agar tidak memiliki banyak permasalahan pada saat diaplikasikan. Oleh sebab itu PT. Kereta Api Indonesia melakukan suatu kegiatan sosialisasi dan promosi Aplikasi KAI Access. Oleh adanya kegiatan sosialisasi dan promosi terkait Aplikasi KAI Access tersebut Daerah Operasional IV berharapp dapat meningkatkan pendapatan Daerah Operasional IV Semarang dari segi angkutan penumpang.

Disisi lain terkait jangkauan aplikasi yang lebih luas itu memang benar adanya. Bahwa Aplikasi KAI Access dapat diakses dimana saja tanpa batasan jangkauan lokasi suatu daerah tertentu dengan catatan sinyal pada daerah tersebut memadai untuk mengaplikasikan Aplikasi KAI Access. Dan terkait waktu layanan yang lebih luas dari Aplikasi KAI Access memang benar adanya. Konsumen dapat mengakses Aplikasi KAI Access 24 jam tanpa batasan waktu buka dan waktu tutup pelayanan. Hal tersebut dapat menjadi suatu kelebihan dari Aplikasi KAI Access dalam segi pelayanan Aplikasi KAI Access, dan membuat pengguna aplikasi menjadi lebih fleksibel dan nyaman.

Disisi lain profit bagi perusahaan dengan adanya Aplikasi KAI Access, PT. Kereta Api Indonesia merasa terbantu pada sisi keuangannya. Disebabkan pendapatan pada PT. Kereta Api Indonesia bertambah dari penjualan tiket melalui aplikasi KAI Access, namun disisi lain biaya operasional menjadi suatu hal yang wajib dikeluarkan pada setiap

bulannya.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang analisis pengembangan literasi digital dalam kinerja layanan PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang (Studi pada Aplikasi KAI Access) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Aplikasi KAI Access masih memiliki banyak kekurangan dengan dibuktikan fakta yang telah didapat oleh penulis. Seperti susahnya pengguna Aplikasi KAI Access melakukan register dan log in, Aplikasi KAI Access yang sering error dan ngebug pada saat digunakan oleh pengguna aplikasi, dan Aplikasi KAI Access yang tidak dapat digunakan untuk mengorder lebih dari 1 tiket untuk user iOS, dan fitur KAI PAY yang sangat tidak membantu pengguna Aplikasi KAI Access saat melakukan pembayaran transaksi.
2. Penerapan knowledge creation pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang bertujuan untuk menyukseskan suatu proyek perubahan organisasi pada perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang yang dilakukan melalui kegiatan diklat dan diklap untuk mengasah kemampuan serta kegiatan refreshing sumber daya manusia PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang.
3. Penerapan digital service pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang memanfaatkan teknologi digital yang akan meningkatkan efisiensi, produktivitas serta keamanan bagi penumpang maupun industry perkeretaapian sejak tahun 2003 dengan salah satu bentuk PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memanfaatkan teknologi dan digital service yaitu dengan adanya Aplikasi KAI Access.
4. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang telah memberikan kegiatan sosialisasi dan promosi guna pengembangan Aplikasi KAI Access dan mengembangkan Aplikasi KAI access agar menjadi aplikasi yang user friendly dan pengguna nyaman dalam menggunakan aplikasi tersebut.
5. Aplikasi KAI Access merupakan aplikasi yang dapat dijangkau dengan wilayah tanpa batas, dengan catatan sinyal pada daerah pengguna aplikasi tersebut memadai untuk mengaplikasikan Aplikasi KAI Access.
6. Aplikasi KAI Access merupakan aplikasi yang dapat diakses 24 jam tanpa batas. Pelayanan yang diberikan merupakan pelayanan secara digital, sehingga dapat diakses kapanpun tanpa batasan waktu tertentu.
7. Profit bagi perusahaan dari Aplikasi KAI Access didapatkan dari sisi keuangannya, dikarenakan sebagian pendapatan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) didapatkan dari penjualan tiket dari Aplikasi KAI Access dan digunakan untuk biaya operasional.

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat disimpulkan beberapa saran yang dapat bermanfaat dan berguna sebagai bahan pertimbangan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang dimasa yang akan datang, yaitu sebagai berikut:

1. Pentingnya PT. Kereta Api Indonesia mengatasi permasalahan-permasalahan pada Aplikasi KAI Access agar aplikasi tersebut menjadi aplikasi yang memiliki banyak peminat dan menjadi aplikasi yang unggul didalam perkeretaapian, serta menjadi aplikasi yang user friendly pada saat diaplikasikan oleh para pengguna Aplikasi KAI Access.

2. Penerapan knowledge creatiooon pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melalui kegiatan diklat dan diklap sebaiknya dimaksimalkan, walaupun sudah maksimal namun sebaiknya kegiatan tersebut difokuskan lagi bagi SDM yang pengetahuan terkait kinerja nya belum maksimal, agar PT. Kereta Api Indonesia (Persero) tetap dapat memberikan pelayanan yang maksimal dengan wawasan yang luas.
3. Digital Service pada PT. Kereta Api Indonesia dibuktikan dengan diciptakannya Aplikasi KAI Access, namun aplikasi tersebut sebaiknya diperbaiki lagi menjadi aplikasi yang user friendly dengan memanfaatkan teknologi yang ada dan berkembang pesat pada masa sekarang ini, sehingga pengguna aplikasi merasa puas dengan aplikasi yang diciptakan dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen sesuai kebutuhan.
4. Pentingnya kinerja layanan yang maksimal diberikan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) terhadap konsumen adalah suatu keharusan, dengan adanya Aplikasi KAI Access, seharusnya review negative terkait pelayanan secara digital berkurang, dan konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan, sehingga PT. Kereta Api Indonesia (Persero) harus lebih focus membenahi aplikasi tersebut agar dapat memberikan pelayanan yang unggul terhadap konsumen.
5. Sebaiknya kegiatan sosialisasi dan promosi terkait Aplikasi KAI Access harus lebih ditekankan lagi agar Aplikasi KAI Access banyak memiliki peminat, dan dengan ditekannya kegiatan tersebut dapat membuahkan aplikasi yang digemari para penggunanya dalam hal transaksi tiket kereta api.
6. Pada umumnya waktu mengkases Aplikasi KAI Access memang tidak memiliki batasan, namun disaat waktu tertentu banyak user yang mengaplikasikan Aplikasi KAI Access aplikasi tersebut menjadi lemot hal tersebut harus nya dibenahi, agar pengguna merasa nyaman pada saat mengaplikasikan.

Daftar Referensi

- Digitalbisa. (2021). *Mengenal Lebih Dekat Istilah Digital Service*. [Mengenal Lebih Dekat Istilah Digital Services - #DigitalBisa](#).
- Groff, T.R., & Jones, T. P. (2003). *Introduction to Knowledge Management: KM in Business*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Harianto, E. (2009). *Perpustakaan dalam Praktek Knowledge Management dan Knowledge Enabler*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Malhotra. (2005). *Riset Pemasaran* (4th ed.). Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nonaka, Ikujiro dan Noboru Konno. (1998). The Concept of “Ba”: Building a Foundation for Knowledge Creation. *California Management Review* Vol. 40, No. 3.
- Nonaka, Ikujiro dan Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge Creating Company: How Japanese Company Create the Dynamics of Innovation*. New York: Oxford University Press.
- Nurdin Zulfa. (2016). *Inovasi Program Kawasan Bebas Asap Rokok di Desa Bone-Bone Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang*. Skripsi. Makassar: Universitas

Hassanuddin.

Hildreth, Paul M., & Kimble, Chris. (2002). The Duality Knowledge. *Information Research, Oktober, Vol.8, No.1.*

Singarimbun, M. dan S. E. (2008). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES.

Sugiyono. (2008). *Metode penelitian kualitatif & RD*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2018a). *Metode Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2018c). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2018d). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2018e). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Yusup, P. M. (2012). *Perspektif Manajemen Pengetahuan Informasi, Komunikasi, Pendidikan dan Perpustakaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.