

Evaluasi Efektivitas Regulasi dalam Monopoli Transportasi Publik: Studi Persepsi Konsumen

Andre Wahyudi

Universitas Negeri Semarang

wahandre1234@gmail.com

Rachmawati Ayu Pitaloka

Universitas Negeri Semarang

Ajie Badayasa

Universitas Negeri Semarang

Abstrak Transformasi transportasi publik di Indonesia masih didominasi oleh model monopoli, khususnya dalam layanan perkeretaapian oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero). Monopoli ini memiliki dampak langsung terhadap kualitas layanan, keadilan akses, dan pengalaman pengguna sebagai penerima manfaat utama. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana konsumen memaknai layanan publik yang tidak kompetitif. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi persepsi konsumen terhadap efektivitas regulasi dalam sistem monopoli transportasi publik. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis, penelitian ini menggali makna subjektif pengalaman pengguna melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Sebanyak 18 partisipan dari Jakarta, Semarang, dan Surabaya yang mewakili keragaman latar belakang dilibatkan dalam pengumpulan data. Analisis tematik mengungkap empat tema utama: (1) ketergantungan terhadap layanan tanpa alternatif layak, (2) ketimpangan layanan antar kelas penumpang, (3) lemahnya respons institusi terhadap pengaduan, dan (4) ambivalensi emosional terhadap layanan sebagai simbol kebanggaan sekaligus kekecewaan. Hasil ini menunjukkan bahwa efektivitas regulasi tidak cukup diukur dari efisiensi teknis, tetapi juga dari persepsi keadilan dan dimensi emosional. Studi ini memperkuat pendekatan evaluasi kebijakan berbasis pengalaman, menekankan pentingnya partisipasi konsumen, serta membuka ruang eksplorasi lanjutan melalui studi komparatif dan etnografi digital.

Kata Kunci *Monopoli; Persepsi Konsumen; PT Kereta Api Indonesia (Persero); Regulasi; Transportasi Publik*

PENDAHULUAN

Transformasi transportasi publik telah menjadi isu strategis dalam agenda pembangunan berkelanjutan di berbagai negara, seiring meningkatnya kebutuhan mobilitas masyarakat yang inklusif, efisien, dan ramah lingkungan. Negara-negara di dunia, baik maju maupun berkembang, terus menyesuaikan kebijakan transportasi publik guna menghadapi tantangan urbanisasi, pertumbuhan penduduk, serta krisis lingkungan yang menuntut sistem transportasi yang adaptif dan merata. Salah satu pendekatan yang masih digunakan secara luas adalah sistem monopoli dalam pengelolaan transportasi publik. Model ini kerap dianggap mampu menjamin keterjangkauan harga, aksesibilitas layanan, dan pemerataan infrastruktur, terutama di wilayah dengan beban investasi transportasi yang tinggi (Wang et al., 2021). Namun demikian, keberlanjutan sistem monopoli mulai dipertanyakan, terutama terkait kelemahan dalam efisiensi operasional, keterbatasan inovasi, dan lemahnya akuntabilitas lembaga penyedia layanan.

Di Indonesia, praktik monopoli transportasi publik sangat nyata, khususnya pada sektor perkeretaapian. PT Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan operator tunggal yang diberikan mandat resmi oleh negara melalui Undang-Undang No. 23 Tahun 2007 tentang Perkeretaapian untuk menyelenggarakan layanan kereta api penumpang dan barang secara nasional. Model ini diyakini dapat menjamin pemerataan layanan hingga ke daerah-daerah yang kurang menguntungkan secara ekonomi. Namun di sisi lain, implementasi monopoli ini menyisakan berbagai persoalan di tingkat operasional, terutama menyangkut persepsi konsumen terhadap kualitas layanan, aksesibilitas, serta keterlibatan dalam proses pengambilan keputusan. Meskipun legalitas monopoli ini berakar kuat dalam sistem hukum nasional, pengalaman pengguna menunjukkan adanya ketimpangan antara tujuan normatif kebijakan dan kenyataan pelayanan di lapangan.

Laporan tahunan PT Kereta Api Indonesia (Persero) (2023) mencatat peningkatan signifikan jumlah penumpang setelah pandemi COVID-19, yang menunjukkan tingginya ketergantungan masyarakat terhadap moda transportasi ini. Namun, laporan tersebut juga menyoroti banyaknya aduan terkait keterlambatan, ketidakteraturan jadwal, dan lemahnya sistem penanganan keluhan. Permasalahan serupa diungkap oleh Kompas.com (2023), dalam liputan bertajuk "*Warga Keluhkan Fasilitas dan Kebersihan KRL*" yang menyampaikan keluhan langsung dari pengguna kereta lokal di Jabodetabek terhadap kondisi gerbong yang padat, AC yang tidak berfungsi optimal, hingga sanitasi yang buruk. Temuan ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara harapan masyarakat dan layanan aktual yang mereka terima. Fenomena ini mengarah pada pertanyaan kritis mengenai sejauh mana sistem monopoli dapat secara efektif menjawab kebutuhan pengguna jasa.

Secara konseptual, transportasi publik tidak hanya dipahami sebagai sarana teknis mobilitas, tetapi juga merupakan ruang sosial tempat distribusi keadilan, partisipasi, dan pengakuan hak warga negara. Konsep *transport justice* (Lucas, 2012) menekankan pentingnya sistem transportasi yang tidak hanya efisien secara teknis, tetapi juga adil, inklusif, dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam struktur monopoli yang tidak disertai mekanisme kontrol sosial yang memadai, ketimpangan relasi kuasa antara penyedia dan pengguna berisiko mengikis kepercayaan publik terhadap lembaga negara. Oleh karena itu, menggali persepsi konsumen menjadi penting untuk mengevaluasi apakah sistem ini benar-benar mencapai tujuannya atau justru memperbesar jarak antara negara dan warganya.

Sayangnya, kajian-kajian akademik mengenai layanan PT Kereta Api Indonesia (Persero) sebagian besar masih bersifat kuantitatif dan fokus pada indikator teknis seperti efisiensi biaya dan volume penumpang. Pendekatan yang menggali aspek subjektif, simbolik, dan emosional dari pengalaman pengguna masih sangat terbatas. Padahal, persepsi konsumen sangat dipengaruhi oleh rasa dihargai, kenyamanan, keamanan, serta interaksi sosial selama menggunakan layanan. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menggunakan pendekatan fenomenologis guna mengeksplorasi makna yang dikonstruksi pengguna dalam pengalaman mereka mengakses layanan kereta api. Fokusnya adalah pada bagaimana mereka menilai kualitas layanan, keadilan akses, serta posisi mereka dalam sistem transportasi publik yang tidak memberi alternatif pilihan.

TINJAUAN PUSTAKA

Monopoli

Monopoli dalam transportasi publik merupakan kondisi ketika satu entitas, seperti PT Kereta Api Indonesia (Persero), memiliki kontrol penuh terhadap penyediaan layanan pada sektor tertentu tanpa pesaing langsung. Dalam perspektif ekonomi publik, Stiglitz & Rosengard (2015) mengungkapkan bahwa kondisi ini kerap dianggap sebagai "*natural monopoly*" karena efisiensi yang muncul dari skala ekonomi yang besar. Biaya awal pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur perkeretaapian sangat tinggi, sehingga memungkinkan satu penyedia untuk beroperasi dengan lebih efisien dibandingkan jika terdapat banyak pesaing yang berinvestasi secara terpisah dalam jaringan yang sama. Namun disisi lain, monopoli juga mengandung risiko penurunan kualitas layanan akibat tidak adanya tekanan kompetitif. Studi Ramdani (2020)

menunjukkan bahwa meskipun terjadi berbagai peningkatan dalam kualitas layanan, kepuasan pengguna sangat bergantung pada perubahan internal dan manajemen layanan yang adaptif di dalam struktur monopoli tersebut.

Kebijakan Publik

Dalam kajian kebijakan publik, monopoli layanan publik seperti yang dimiliki PT Kereta Api Indonesia (Persero) tidak hanya dilihat dari sisi efisiensi ekonomi, tetapi juga dari bagaimana negara merancang dan mengimplementasikan regulasi tersebut. Kebijakan publik adalah hasil dari respons pemerintah terhadap isu sosial, dan efektif tidaknya kebijakan sangat bergantung pada proses formulasi, implementasi, hingga evaluasi (Dye, 1992). Dalam konteks ini, meskipun monopoli PT Kereta Api Indonesia (Persero) diatur oleh negara, persepsi masyarakat terhadap layanan tersebut tetap menjadi indikator penting dari keberhasilan kebijakan.

Harapan-Kepuasan

Menurut Oliver (1980), persepsi konsumen merupakan kunci dalam menilai efektivitas layanan monopoli, sebagaimana dijelaskan dalam *expectation-confirmation theory*, yang menyatakan bahwa kepuasan terjadi ketika harapan awal konsumen sesuai atau melebihi pengalaman aktual. Dalam sistem monopoli, ketiadaan alternatif meningkatkan ekspektasi terhadap kualitas layanan. Parasuraman et al. (1988) mengembangkan model SERVQUAL yang mengukur kesenjangan antara layanan yang diharapkan dan yang dirasakan konsumen, berdasarkan lima dimensi utama: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Harapan ini dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, komunikasi eksternal, dan informasi dari mulut ke mulut. Penelitian Elsa Mutiara Selinda (2020) pada KA Probawangi menunjukkan bahwa keandalan, daya tanggap, dan fasilitas fisik sangat memengaruhi kepuasan pengguna. Sementara itu, Basuki et al. (2023) menemukan bahwa faktor emosional dan kemudahan akses berkontribusi positif terhadap persepsi kepuasan pengguna KA DAOP VI Yogyakarta. Temuan ini memperluas pendekatan SERVQUAL dengan memasukkan aspek psikologis dan afektif, selaras dengan *Integrative Model of Service Experience* (IMSE) dari Hsu dan Chang.

Keadilan Layanan

Aspek keadilan layanan (*service fairness*) turut membentuk persepsi konsumen dalam sistem monopoli. Colquitt (2001) menekankan bahwa keadilan distributif dan prosedural memengaruhi bagaimana konsumen menilai hasil dan proses layanan. Dalam monopoli, keterbatasan saluran aspirasi memperbesar sensitivitas terhadap aspek seperti ketepatan waktu dan pelayanan staf. Penelitian Dede Apriyadi (2017) menunjukkan bahwa ketepatan waktu dan kenyamanan fasilitas di Stasiun Purwosari berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang. Namun, studi Elsa Mutiara Selinda (2020) dan Basuki et al. (2023) menegaskan bahwa harga yang terjangkau tidak menjamin kepuasan jika tidak disertai layanan memadai.

Efektivitas regulasi dalam monopoli tak cukup dinilai dari kebijakan formal, tetapi juga dari persepsi subjektif konsumen terhadap kualitas layanan, keadilan, dan pengalaman emosional. Alruwaie et al. (2020) menyatakan bahwa persepsi terhadap layanan publik dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu, ekspektasi hasil, dan pengaruh sosial, terutama dalam konteks birokrasi digital. Hal ini sejalan dengan teori *expectancy-disconfirmation* (van der Voet & van den Bekerom, 2024) dan pendekatan *social construction of public value* (Luoma-aho et al., 2020), yang melihat persepsi sebagai refleksi nilai-nilai sosial dan struktural dalam layanan publik.

Penelitian ini mengintegrasikan teori kebijakan publik (Dye, 1992), harapan-kepuasan (Oliver, 1980), dan keadilan layanan (Colquitt, 2001) dalam satu kerangka analisis. Pendekatan fenomenologis digunakan untuk menggali narasi pengalaman pengguna PT Kereta Api Indonesia (Persero) di tengah ketiadaan alternatif moda transportasi. Melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif, studi ini mengungkap dimensi emosional, sosial, dan simbolik seperti rasa aman, identitas sosial, dan harga diri, yang berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna.

Tinjauan ini membangun fondasi konseptual interdisipliner untuk memahami hubungan antara kebijakan publik, struktur monopoli, dan persepsi konsumen. Dengan menempatkan konsumen sebagai subjek aktif dalam interaksi layanan, penelitian ini diharapkan memperkaya literatur kebijakan publik serta memberi kontribusi praktis dalam perbaikan kualitas layanan PT Kereta Api Indonesia (Persero).

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk mengeksplorasi makna subjektif dan pengalaman hidup pengguna layanan PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam konteks kebijakan monopoli transportasi publik. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu memahami persepsi konsumen sebagai subjek aktif dalam sistem pelayanan publik. Merujuk pada pandangan Creswell (2016), fenomenologi memungkinkan eksplorasi reflektif atas pengalaman langsung partisipan. Penelitian ini mengadopsi fenomenologi Husserlian, yang berupaya menanggukuhkan asumsi peneliti agar makna yang diungkap berasal dari perspektif murni informan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan di tiga wilayah operasional utama PT Kereta Api Indonesia (Persero), yakni Jakarta (Stasiun Pasar Senen), Semarang (Stasiun Semarang Poncol), dan Surabaya (Stasiun Pasar Turi). Ketiga lokasi ini dipilih untuk mewakili segmen konsumen yang beragam, seperti komuter, penumpang jarak jauh, dan wisatawan. Penelitian dilaksanakan antara Maret hingga Mei 2025. Partisipan terdiri dari 18 pengguna jasa KAI yang telah menggunakan layanan minimal tiga kali dalam enam bulan terakhir, dengan kriteria usia di atas 17 tahun, mampu berkomunikasi verbal, dan bersedia diwawancarai.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive* dan dilanjutkan dengan *snowball sampling* untuk menjangkau keragaman pengalaman. Informan mencakup konsumen reguler, pekerja, mahasiswa, dan lansia. Data demografis seperti jenis kelamin, latar belakang pendidikan, dan motif perjalanan turut diperhitungkan untuk memperkaya konteks data. Tujuan utama pemilihan partisipan bukan representasi statistik, melainkan kedalaman pemahaman terhadap fenomena.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur. Selain itu, observasi partisipatif dilakukan di ruang tunggu, peron, dan dalam gerbong untuk menangkap kondisi nyata dan interaksi sosial. Dokumentasi tambahan, seperti foto fasilitas dan tangkapan layar aduan konsumen di media sosial, turut dikumpulkan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi metode (wawancara, observasi, dokumentasi) dan sumber (perbandingan lintas partisipan). Validitas diperkuat dengan teknik *member checking*, yakni mengonfirmasi interpretasi awal kepada beberapa informan. Audit trail disusun untuk mencatat jejak keputusan analisis dan refleksi peneliti, sebagai bentuk transparansi proses interpretatif. Semua data dikodekan dan disimpan secara sistematis.

Teknik Analisis Data

Analisis dilakukan menggunakan metode analisis tematik berdasarkan Braun dan Clarke (2006), yang meliputi: familiarisasi data, pengkodean awal, pencarian dan peninjauan tema, definisi tema, dan penulisan hasil. Fokus analisis diarahkan pada tema-tema seputar efektivitas layanan, keadilan, dan ekspektasi dalam sistem monopoli. Interpretasi dilakukan secara hermeneutik, dengan mempertimbangkan latar sosial, ekonomi, dan budaya partisipan. Temuan kemudian dikaitkan dengan kerangka teori kebijakan publik dan keadilan layanan guna memahami dinamika persepsi konsumen secara lebih luas. Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya

menyajikan deskripsi pengalaman konsumen, tetapi juga menjadi landasan reflektif bagi perumusan kebijakan layanan publik yang lebih inklusif, adil, dan partisipatif.

TEMUAN DAN ANALISIS

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi konsumen terhadap efektivitas regulasi monopoli transportasi publik, khususnya oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai satu-satunya operator layanan kereta api nasional. Fokus utama adalah bagaimana pengguna memaknai pengalaman mereka dalam sistem layanan publik yang tidak kompetitif. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologis, studi ini berhasil mengidentifikasi sejumlah isu struktural dan perseptual yang berdampak langsung pada evaluasi masyarakat terhadap layanan monopoli tersebut.

Temuan pertama menunjukkan adanya ketergantungan struktural masyarakat terhadap layanan PT Kereta Api Indonesia (Persero) tanpa ketersediaan alternatif yang layak. “*Saya pakai kereta karena tidak ada pilihan. Naik bus lama, naik pesawat mahal.*”, (wawancara dengan Informan 6 Surabaya, 2025). Persepsi informan 6 tersebut menggambarkan bahwa mereka menggunakan kereta api bukan karena kualitasnya unggul, tetapi karena moda transportasi lain seperti bus antar-kota atau pesawat tidak seefisien dari segi biaya dan waktu. Fenomena ini sesuai dengan konsep *natural monopoly* seperti dijelaskan oleh Stiglitz dan Rosengard (2015), yang menyatakan bahwa sektor seperti perkeretaapian idealnya dikelola oleh satu operator karena biaya awal dan perawatan yang sangat besar.

Namun, ketiadaan pesaing dalam konteks monopoli ini juga memunculkan relasi kuasa yang timpang antara penyedia dan konsumen. Lucas (2012) dalam teorinya tentang *transport justice* menegaskan bahwa sistem transportasi publik yang tidak menawarkan pilihan, dan sekaligus tidak melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, berisiko menciptakan eksklusi sosial. Hal ini tercermin dalam narasi informan yang merasa “terjebak” dalam sistem monopoli dan kehilangan kendali atas kualitas layanan yang mereka terima.

Temuan kedua berkaitan dengan ketimpangan layanan antar kelas pengguna. Informan yang menggunakan kelas ekonomi melaporkan kondisi gerbong yang penuh sesak, AC tidak selalu berfungsi, dan keterlambatan yang lebih sering terjadi dibandingkan kelas eksekutif. Hal tersebut berdasarkan dari wawancara terhadap Informan 3 Jakarta yang menyatakan “*AC-nya mati, gerbong penuh sesak, beda banget sama kelas eksekutif.*” (wawancara dengan Informan 3 Jakarta, 2025). Persepsi tersebut memperlihatkan adanya ketidakadilan dalam distribusi layanan. Sesuai dengan teori keadilan layanan oleh Colquitt (2001), keadilan distributif dan prosedural adalah kunci dalam menilai kepuasan konsumen. Ketika suatu kelompok merasa diperlakukan secara inferior, walaupun dalam sistem tarif yang murah, maka kepuasan cenderung rendah.

Ketimpangan ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya. Mutiara Selinda (2020) mencatat bahwa dalam layanan KA Probawangi, konsumen merasa kualitas layanan tidak sebanding dengan ekspektasi meskipun harga tiket tergolong murah. Sementara itu, Basuki et al. (2023) menemukan bahwa persepsi konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh variabel rasional seperti harga dan waktu, tetapi juga oleh aspek emosional dan kenyamanan. Oleh karena itu, layanan publik yang efektif seharusnya menjamin kesetaraan pengalaman, bukan hanya akses.

Temuan ketiga menyoroti rendahnya responsivitas lembaga terhadap keluhan konsumen. Banyak informan merasa bahwa sistem pengaduan yang disediakan PT Kereta Api Indonesia (Persero) hanya bersifat formalitas dan tidak menghasilkan perubahan konkret. “*Saya pernah complain lewat aplikasi, tapi tidak pernah ada balasan, jadi ya percuma.*” (wawancara dengan Informan 8 Semarang, 2025). Dalam kerangka *good governance*, responsivitas merupakan prinsip utama (Dye, 1992). Ketika suara konsumen diabaikan dalam sistem pelayanan publik, maka legitimasi lembaga akan melemah, dan ini menurunkan rasa memiliki dari masyarakat terhadap layanan negara.

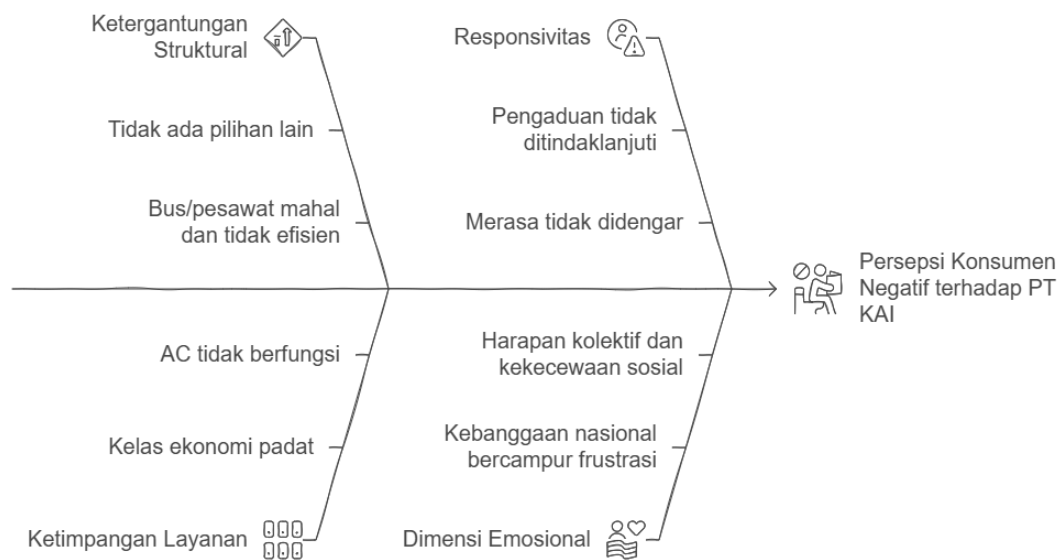
Kondisi ini bertentangan dengan teori *expectation-confirmation* oleh Oliver (1980), yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh sejauh mana harapan mereka dipenuhi atau dikonfirmasi oleh realitas. Dalam kasus PT Kereta Api Indonesia (Persero), harapan

konsumen yang tinggi yang disebabkan oleh tidak adanya alternatif serta tidak diiringi oleh pemenuhan layanan yang setara, sehingga menghasilkan ketidakpuasan struktural.

Aspek keempat yang diangkat dalam penelitian ini adalah pengalaman emosional dan simbolik dalam penggunaan layanan kereta api. Sebagian informan menyatakan adanya kebanggaan nasionalisme karena kereta api dianggap sebagai “simbol pembangunan Indonesia”. Namun, kebanggaan ini sering bercampur dengan frustrasi akibat pelayanan yang tidak konsisten sebagaimana yang diungkapkan Informan 10 Jakarta. “Saya bangga naik kereta, tapi lama-lama kecewa juga. Negara kok pelayanannya begini.” (wawancara dengan Informan 10 Jakarta, 2025). Hal tersebut selaras dengan teori *social construction of public value* oleh Luoma-aho et al. (2020), yang menjelaskan bahwa persepsi terhadap layanan publik tidak hanya dibentuk oleh performa teknis, tetapi juga oleh identitas sosial dan nilai-nilai kolektif masyarakat.

Dalam konteks ini, layanan kereta api menjadi arena simbolik tempat masyarakat mengekspresikan harapan, rasa bangga, maupun kekecewaan terhadap negara. Interaksi antara konsumen dengan layanan menciptakan pengalaman yang bersifat afektif dan reflektif. Pendekatan *Integrative Model of Service Experience* (Hsu & Chang) juga menekankan pentingnya dimensi emosional dalam evaluasi layanan, sesuatu yang sering diabaikan dalam evaluasi berbasis angka semata.

Analisis Persepsi Konsumen terhadap PT KAI



Gambar 1. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Efektivitas Regulasi Dalam Konteks Monopoli Transportasi Publik Oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Implikasi dari keempat temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas layanan publik dalam sistem monopoli tidak dapat diukur hanya dari indikator teknis seperti tarif, jumlah penumpang, atau ketepatan waktu. Diperlukan pendekatan evaluasi yang berorientasi pada pengalaman dan keadilan, sebagaimana ditawarkan dalam pendekatan *experience-based policy evaluation* yang berkembang dalam studi kebijakan publik. Hal ini memungkinkan pengambil kebijakan melihat layanan dari perspektif konsumen sebagai subjek aktif, bukan sekadar objek pasif dari regulasi.

Tabel 1. Hasil Temuan Penelitian

NO	TEMA	SUB TEMA	KETERANGAN
1.	Ketergantungan Struktural dan	<ul style="list-style-type: none"> • Pilihan moda terbatas • Inefisiensi moda lain 	Konsumen menggunakan kereta bukan karena kualitas, melainkan karena moda

	Ketiadaan Alternatif		lain tidak kompetitif dalam harga dan waktu (Stiglitz & Rosengard, 2015).
2.	Ketimpangan Layanan Antarkelas	<ul style="list-style-type: none"> • Ketidakseimbangan fasilitas • Ketidakadilan persepsi pelayanan 	Kelas ekonomi mengalami fasilitas buruk yang memperkuat persepsi ketidakadilan layanan (Colquitt, 2001);(Mutiar Selinda, 2020).
3.	Lemahnya Responsivitas Institusi	<ul style="list-style-type: none"> • Sistem pengaduan tidak responsif • Tidak adanya ruang partisipasi 	Keluhan konsumen tidak ditanggapi secara substantif; lemahnya implementasi prinsip <i>good governance</i> (Dye, 1992).
4.	Dimensi Emosional dan Simbolik Layanan	<ul style="list-style-type: none"> • Kebanggaan terhadap simbol negara • Kekecewaan akibat layanan yang inkonsisten 	Muncul ambivalensi emosional dalam pengalaman pengguna: antara nasionalisme dan frustrasi (Luoma-aho et al., 2020); Hsu & Chang.

Sumber: Hasil Penelitian diolah, 2025.

Secara teoritis, temuan ini memperluas cakupan teori kepuasan pelanggan (Oliver, 1980) dan keadilan layanan (Colquitt, 2001) dalam konteks layanan publik yang dimonopoli oleh negara. Penambahan dimensi simbolik dan afektif juga memperkaya diskursus mengenai nilai publik dalam pelayanan. Persepsi konsumen, dalam hal ini, bukan hanya cerminan dari layanan yang diterima, melainkan konstruksi sosial atas relasi antara negara dan masyarakat.

Secara praktis, hasil studi ini memberikan masukan konkret bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero) dan pemerintah dalam merancang layanan publik yang lebih inklusif. Pengembangan forum konsultasi konsumen, peningkatan sistem pengaduan yang transparan, serta desain ulang layanan ekonomi menjadi langkah strategis yang direkomendasikan. Apabila tidak ada perbaikan, maka risiko alienasi sosial terhadap lembaga publik akan semakin besar.

Lebih jauh lagi, penelitian ini membuka ruang bagi metode eksplorasi baru seperti *digital ethnography*, yang bisa digunakan untuk menangkap dinamika persepsi konsumen di ruang media sosial dan komunitas daring. Interaksi digital saat ini menjadi saluran utama dalam menyuarakan kepuasan maupun ketidakpuasan masyarakat, dan ini menjadi sumber data penting dalam evaluasi kebijakan publik berbasis masyarakat.

Penelitian ini juga menyarankan adanya studi komparatif lintas negara atau antar-wilayah yang telah menerapkan deregulasi sektor perkeretaapian. Hal ini akan membantu dalam memahami sejauh mana sistem monopoli dapat dijalankan secara efektif atau justru menciptakan ketimpangan yang lebih dalam. Pengalaman negara lain dapat dijadikan rujukan bagi Indonesia dalam merancang sistem transportasi yang lebih berkeadilan.

Secara keseluruhan, studi ini memperlihatkan bahwa efektivitas regulasi monopoli transportasi publik bukan hanya soal pengelolaan teknis, melainkan juga tentang bagaimana negara membangun hubungan simbolik, sosial, dan emosional dengan masyarakatnya melalui layanan. Dalam konteks PT Kereta Api Indonesia (Persero), keberhasilan layanan tidak cukup dinilai dari naiknya jumlah penumpang, tetapi juga dari seberapa besar masyarakat merasa dihargai, didengar, dan dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas regulasi dalam konteks monopoli transportasi publik oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) tidak dapat diukur secara sempit melalui indikator teknis seperti tarif, ketepatan waktu, atau volume penumpang semata. Melalui pendekatan fenomenologis, ditemukan bahwa persepsi konsumen terhadap layanan PT Kereta Api Indonesia (Persero) mencerminkan dinamika kompleks antara ekspektasi, pengalaman, dan relasi kuasa yang terbentuk dalam sistem monopoli.

Pertama, regulasi yang mendukung monopoli ternyata menciptakan ketergantungan struktural tanpa diiringi alternatif layanan yang layak, sehingga konsumen tidak memiliki pilihan

lain. Kedua, terdapat ketimpangan nyata dalam pengalaman antar kelas pengguna, yang menunjukkan kurangnya keadilan distributif dan prosedural dalam layanan publik. Ketiga, lemahnya responsivitas terhadap keluhan konsumen menjadi indikator rendahnya akuntabilitas kelembagaan, yang mengurangi rasa memiliki masyarakat terhadap layanan negara. Keempat, aspek simbolik dan emosional pengguna terhadap layanan KAI mencerminkan bahwa layanan publik memiliki dimensi identitas dan nilai kolektif yang tidak bisa diabaikan dalam evaluasi kebijakan.

Kontribusi penelitian ini terletak pada pengayaan perspektif teoretis dalam studi kebijakan publik dengan menambahkan dimensi pengalaman subjektif dan sosial konsumen sebagai indikator penting keberhasilan layanan monopoli. Hal ini memperluas cakupan teori harapan-kepuasan (Oliver, 1980), keadilan layanan (Colquitt, 2001), dan nilai publik (Luoma-aho et al., 2020) ke dalam konteks regulasi sektor transportasi publik.

Secara praktis, penelitian ini memberikan masukan strategis bagi pembuat kebijakan dan manajemen PT Kereta Api Indonesia (Persero) untuk membangun sistem pengaduan yang lebih transparan, forum konsultasi konsumen, serta redesain layanan kelas ekonomi agar lebih setara. Dalam konteks kebijakan, temuan ini menegaskan pentingnya penyusunan kebijakan berbasis pengalaman konsumen (*experience-based policy*), guna menjembatani kesenjangan antara harapan masyarakat dan performa layanan aktual.

Sebagai saran, penelitian lebih lanjut dapat mengadopsi pendekatan komparatif lintas wilayah atau negara yang telah menerapkan deregulasi sektor transportasi, untuk menilai apakah sistem monopoli tetap relevan atau perlu dikaji ulang. Eksplorasi melalui etnografi digital juga menjanjikan untuk menangkap dinamika persepsi yang lebih luas dalam era keterhubungan digital masyarakat.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas regulasi monopoli bukan sekadar persoalan teknokratis, melainkan menyangkut legitimasi sosial dan simbolik negara di mata warganya. Keberhasilan layanan publik, dalam hal ini, adalah seberapa besar masyarakat merasa dihargai, didengar, dan dilibatkan dalam proses pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alruwaie, M., El-Haddadeh, R., & Weerakkody, V. (2020). Citizens' continuous use of eGovernment services: The role of self-efficacy, outcome expectations and satisfaction. *Government Information Quarterly*, 37(3), 101485. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2020.101485>
- Apriyadi, D. (2017). Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Di Stasiun Purwosari. *Magistra*, 29(99), 71–83. <http://journal.unwidha.ac.id/index.php/MAGISTRA/article/view/882/35%0Ahttps://ojs.unwidha.ac.id/Record/IOS616.article-882>
- Basuki, B., Shalahuddin, S., & Khoirunnisa, S. (2023). Pengaruh Mutu Layanan, Persepsi Harga, Faktor Emosional Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api DAOP VI Yogyakarta. *Mbia*, 22(1), 75–87. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2057>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Colquitt, J. A. (2001). *On the Dimensionality of Organizational Justice: A Construct Validation of a Measure*. 386–400. <https://doi.org/10.1037//0021-9010.86.3.386>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Dye, T. R. (1992). *Understanding public policy*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kompas.com. (2023, April 18). *Warga Keluhkan Fasilitas dan Kebersihan KRL*. <https://megapolitan.kompas.com/read/2023/04/18/07421171/warga-keluhkan-fasilitas-dan-kebersihan-krl>
- Lucas, K. (2012). Transport and social exclusion: Where are we now? *Transport Policy*, 20, 105–113.
- Luoma-aho, V., Olkkonen, L., & Canel, M. J. (2020). Public sector communication and citizen

- expectations and satisfaction. *The Handbook of Public Sector Communication*, 303–314. <https://doi.org/10.1002/9781119263203.ch20>
- Mutiara Selinda, E. (2020). Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Kereta Api Probwangi Pada Pt. Kai (Persero) Daop 9 Jember. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) PENGARUH KUALITAS LAYANAN*, 08(01).
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460. <https://doi.org/10.2307/3150499>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of Retailing*, 64(1), 12.
- Ramdani, A. . (2020). Perubahan Kualitas Pelayanan Publik & Kepuasan Pengguna Jasa Kereta Api Di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 9(2), 1–8. <https://doi.org/10.33592/jiia.v10i1.503>
- Stiglitz, J. E., & Rosengard, J. K. (2015). *Economics of the Public Sector*. 4th. Edition. New York and London: Norton & Company.
- van der Voet, J., & van den Bekerom, P. (2024). Performance information, expectations and satisfaction with public service delivery in the context of co-production initiatives. *Public Management Review*, 27(4), 1157–1178. <https://doi.org/10.1080/14719037.2024.2392131>
- Wang, C., Kim, Y.-S., & Kim, C. Y. (2021). Causality between logistics infrastructure and economic development in China. *Transport Policy*, 100, 49–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2020.10.005>