



UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I.



# PT. KERETA API INDONESIA

MATA KULIAH : STUDI KELAYAKAN BISNIS



## KELOMPOK 9

- |                       |              |
|-----------------------|--------------|
| 1. M. Jaeni           | (2214290043) |
| 2. Julia Mariana      | (2214290053) |
| 3. Anggi Puspita Sari | (2214290059) |

MULAI PRESENTASI >





# LATAR BELAKANG

PT Kereta Api Indonesia (Persero) atau KAI merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki peran vital dalam sistem transportasi nasional. Sebagai penyedia layanan transportasi berbasis rel, KAI menjadi ujung tombak dalam mendukung konektivitas antarwilayah, mobilitas masyarakat, serta distribusi logistik di Indonesia. Dalam era modernisasi saat ini, KAI tidak hanya berfokus pada aspek transportasi, tetapi juga bertransformasi menjadi perusahaan penyedia solusi ekosistem transportasi terintegrasi dengan semangat keberlanjutan.

KAI juga terus memperkuat kontribusi sosial dan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, pengembangan UMKM, serta program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Dalam pelaksanaan bisnisnya, KAI berpegang pada nilai-nilai AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, Kolaboratif) sebagai budaya kerja yang menumbuhkan profesionalisme, integritas, dan kolaborasi. Dengan strategi dan nilai tersebut, KAI tidak hanya menjadi operator transportasi, tetapi juga agen pembangunan ekonomi dan sosial nasional yang berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang.





# VISI DAN MISI

## VISI

“Menjadi solusi ekosistem transportasi terbaik untuk Indonesia.”

Visi ini mencerminkan aspirasi KAI untuk menjadi penyedia layanan transportasi terintegrasi yang mampu menghubungkan seluruh moda transportasi secara efisien dan berkelanjutan.

## MISI

1. Menyediakan sistem transportasi yang aman, efisien, berbasis digital, dan berorientasi pada pelanggan.
2. Mengembangkan solusi transportasi massal yang terintegrasi melalui investasi pada sumber daya manusia, infrastruktur, dan teknologi.
3. Mendukung pembangunan nasional melalui kemitraan strategis dan pengelolaan bisnis yang berkelanjutan.
4. Meningkatkan nilai perusahaan melalui tata kelola yang baik, efisiensi biaya, dan inovasi berkelanjutan.







# TUJUAN

Sesuai Pasal 3 Anggaran Dasar Perseroan,  
diperbarui melalui Akta No. 122 Tahun 2023



1. Menyelenggarakan perkeretaapian nasional
2. Mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya perusahaan
3. Mendukung pembangunan ekonomi nasional
4. Menjadi katalisator transformasi berkelanjutan melalui pengembangan transportasi ramah lingkungan, digitalisasi layanan, dan penerapan prinsip Sustainable Development Goals (SDG).
5. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat
6. Mewujudkan tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance)





# ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

## A. SEGMENTASI PASAR

Segmentasi pasar merupakan langkah strategis bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero) atau KAI dalam menentukan kelompok pelanggan yang menjadi sasaran layanan transportasi berbasis rel. Berdasarkan Laporan Tahunan dan Keberlanjutan KAI Tahun 2023, perusahaan menerapkan segmentasi pasar yang bersifat multi segmen, dengan membagi pelanggan berdasarkan tujuan perjalanan, tingkat pendapatan, gaya hidup, serta kebutuhan mobilitas.

**Pada layanan angkutan penumpang, KAI membagi pasarnya menjadi beberapa segmen utama, yaitu:**

- **Segmen eksekutif dan bisnis**
- **Segmen ekonomi dan lokal**
- **Segmen wisata dan keluarga**
- **Segmen komuter harian**

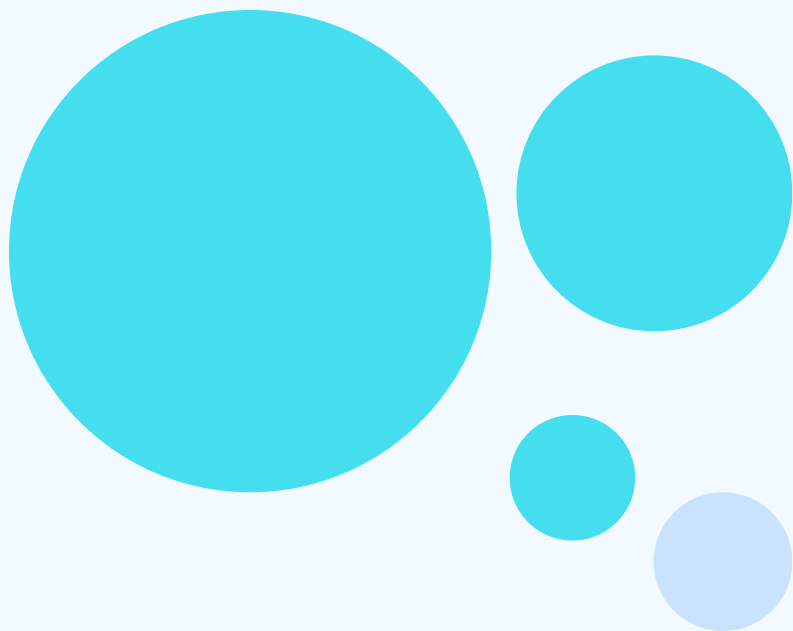


# ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

## B. TARGET PASAR

Target pasar KAI secara umum terbagi menjadi dua kategori besar, yakni pasar 4 ritel (business to customer) dan pasar korporasi (business to business). Untuk segmen ritel, target pasar meliputi masyarakat perkotaan, pelajar, pekerja, wisatawan domestik maupun mancanegara, serta pelanggan loyal yang menggunakan layanan jarak jauh seperti KA Argo Bromo Anggrek, Taksaka, Argo Wilis, dan Argo Dwipangga.

Sementara itu, untuk segmen korporasi, KAI menargetkan industri besar dan menengah yang membutuhkan layanan pengiriman massal dengan tingkat efisiensi tinggi dan waktu tempuh pasti, seperti PT Semen Indonesia, PT Bukit Asam, dan PT Pertamina melalui anak usaha KAI Logistik (KALOG).



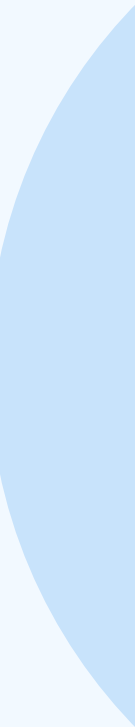




# ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

## C. POSITIONING PRODUK

KAI memposisikan dirinya sebagai penyedia transportasi publik berbasis rel yang aman, nyaman, tepat waktu, terjangkau, dan berkelanjutan. Dalam konteks kompetisi antar moda transportasi, KAI menempatkan citra produknya bukan hanya sebagai sarana transportasi, tetapi juga sebagai pengalaman perjalanan (travel experience) yang mengutamakan layanan pelanggan berbasis teknologi dan inovasi. Positioning ini terlihat dari berbagai inovasi layanan seperti Face Recognition Boarding System, kereta panoramic dan luxury, hingga integrasi multimoda dengan LRT, MRT, dan transportasi daring seperti Blue Bird (first mile-last mile service).



# ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

## D. STRATEGI PENETAPAN HARGA

KAI menerapkan strategi penetapan harga dinamis (dynamic pricing), yaitu harga tiket yang disesuaikan dengan waktu keberangkatan, musim perjalanan, dan tingkat permintaan pasar. Misalnya, pada masa puncak (peak season) seperti Lebaran atau Natal, tarif dapat naik dalam batas Tarif Batas Atas (TBA) yang ditetapkan pemerintah. Sebaliknya, pada periode sepi (low season), KAI memberikan potongan harga untuk menjaga okupansi tempat duduk.





# ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

## E. SALURAN DISTRIBUSI

KAI menggunakan strategi multichannel distribution system, yaitu kombinasi antara distribusi langsung (direct channel) dan tidak langsung (indirect channel).

### Saluran langsung meliputi:

- Aplikasi Access by KAI, yang memungkinkan pembelian tiket, pengaturan jadwal, e-wallet (KAI Pay), hingga layanan hotel dan hiburan.
- Website resmi ([www.kai.id](http://www.kai.id)) dan loket stasiun di seluruh Indonesia.

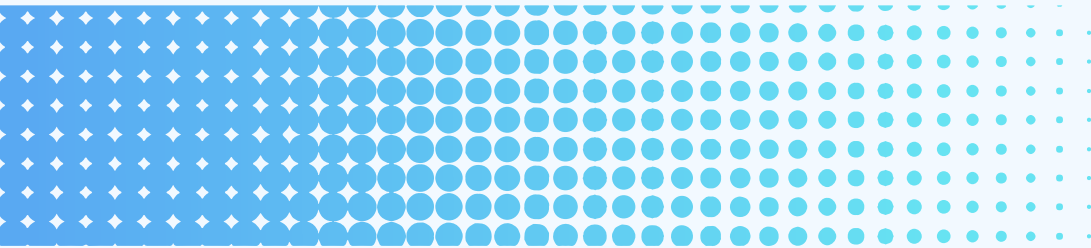
Sementara saluran tidak langsung mencakup kerja sama dengan agen perjalanan daring seperti Traveloka, Tiket.com, Pegipegi, dan agen offline yang terdaftar. KAI juga mengintegrasikan sistem pembayaran melalui berbagai platform digital, seperti QRIS, KAI Pay, dan dompet elektronik lainnya, sehingga pelanggan memiliki kemudahan akses dan fleksibilitas pembayaran



# ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

## F. STRATEGI PROMOSI

Strategi promosi KAI menggabungkan pendekatan konvensional dan digital marketing. Dalam promosi offline, KAI rutin menyelenggarakan berbagai kegiatan publik seperti KAI Travel Fair, KAI Expo, LRT Fun Run, KAI Charity Run, serta event kolaboratif dengan brand nasional untuk memperkuat kedekatan dengan masyarakat. Sedangkan dalam ranah digital, promosi dilakukan melalui media sosial resmi KAI, yaitu KAI121 dan Kereta Api Kita, yang berfungsi sebagai saluran komunikasi, branding, dan edukasi publik.





## ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

### G. PENGEMBANGAN PRODUK

Dalam pengembangan produk, KAI mengedepankan prinsip inovasi berkelanjutan (continuous innovation) dan transformasi digital. Beberapa inovasi utama yang diluncurkan selama 2023 antara lain:

- LRT Jabodebek
- KCJB “Whoosh” Jakarta–Bandung
- Pengembangan kereta eksekutif, luxury, dan panoramic generasi baru
- Digitalisasi operasional melalui aplikasi Rail Cargo System (RCS)
- Pemanfaatan energi baru terbarukan (PLTS) di 40 stasiun dan 2 Balai Yasa untuk mendukung efisiensi energi dan tanggung jawab lingkungan



# Aspek Teknis dan Operasional



## A. LOKASI USAHA

### **Pulau Jawa:**

**Daop 1 Jakarta, Daop 2 Bandung, Daop 3 Cirebon, Daop 4 Semarang, Daop 5 Purwokerto, Daop 6 Yogyakarta, Daop 7 Madiun, Daop 8 Surabaya, Daop 9 Jember.**

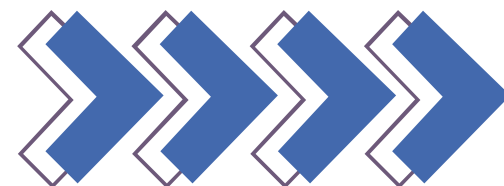
### **Pulau Sumatera:**

**Divre I Sumatera Utara, Divre II Sumatera Barat, Divre III Sumatera Selatan, dan Divre IV Tanjung Karang (Lampung).**



## B. LAYOUT & FASILITAS PRODUKSI

- **Sarana (Rolling Stock) :** Layout perawatan sarana ini disusun mengikuti sistem depot-based management
- **Prasarana (Infrastruktur Fisik):** Infrastruktur dilengkapi sistem sinyal dan telekomunikasi listrik otomatis (100,1%), yang menunjang 8 ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan kereta.
- **Fasilitas Pendukung :** Fasilitas utama KAI mencakup stasiun modern dengan fasilitas boarding gate digital, ruang tunggu, akses disabilitas, wifi gratis, dan live information system.





# Aspek Teknis dan Operasional



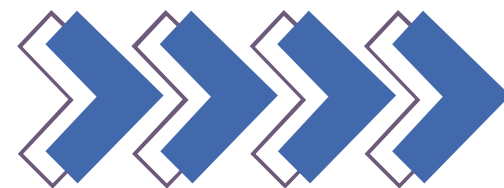
## C. PROSES PRODUKSI

- **Perencanaan dan Penjadwalan ( Planning & Scheduling )**
- **Pelaksanaan Operasional**
- **Pemeliharaan dan Pengendalian Kualitas**
- **Evaluasi dan Inovasi Layanan**



## D. TEKNOLOGI YANG DIGUNAKAN

- **Teknologi Digitalisasi Layanan Pelanggan**
- **Teknologi Operasional dan Keselamatan**
- **Teknologi Energi dan Lingkungan**
- **Sistem Informasi Manajemen Terpadu**



# ASPEK MANAJEMEN DAN ORGANISASI

## A. Badan Kepemilikan Usaha

Kepemilikan saham KAI sepenuhnya dimiliki oleh negara dengan rincian:

- Pemegang saham utama dan pengendali: Pemerintah Republik Indonesia (100%).
- Modal ditempatkan dan disetor penuh: sebesar Rp22,368 triliun, meningkat dari tahun sebelumnya Rp19,168 triliun

## B. Struktur Organisasi

Berdasarkan laporan tahunannya, struktur ini dibagi menjadi tiga tingkatan utama:

- Tingkat Pengawasan (Governing Body) : Dewan Komisaris yang bertugas mengawasi dan memberi nasihat kepada Direksi.
- Tingkat Eksekutif (Executive Management) : Direksi sebagai pengambil keputusan operasional dan strategis.
- Tingkat Operasional (Operational Management) : Kepala Divisi, General Manager Daerah Operasi (Daop) dan Divisi Regional (Divre), serta Unit Pelaksana Teknis (UPT) di seluruh Indonesia.





# ASPEK MANAJEMEN DAN ORGANISASI



## C. Uraian Tugas dan Wewenang

- Dewan komisaris : Melakukan pengawasan terhadap kebijakan direksi dan kinerja perusahaan.
- Direksi : Menyusun dan melaksanakan kebijakan korporasi, rencana strategis, dan pengelolaan aset
- Manajemen Menengah dan Daerah Operasi : Bertanggung jawab atas operasional kereta di wilayahnya, termasuk jadwal, keselamatan, dan koordinasi pelayanan.
- Unit Pendukung dan Komite Khusus : Memastikan tata kelola perusahaan berjalan efektif.

## D. Profil Tim Manajemen dan Partner Bisnis

### 1. Profil Tim Manajemen

- Didiek Hartantyo – Direktur Utama,
- Edi Sukmoro – Direktur Operasi
- Rama Wirawan – Direktur Keuangan dan Manajemen Risiko
- Rivan A. Purwantono – Direktur SDM dan Umum,

### 2. Partner Bisnis dan Kolaborasi Strategis

- Pemerintah Pusat dan Daerah:
- BUMN dan Swasta
- Mitra Teknologi
- Institusi Pendidikan





## ASPEK KEUANGAN

### A. Estimasi Biaya Investasi

Komponen Investasi	Jenis Program / Aset	Estimasi Nilai (Rp Miliar)	Keterangan
Pengadaan Sarana Transportasi	Lokomotif, KRL, Kereta Penumpang, dan Gerbong Barang	10.500	Modernisasi armada dan efisiensi operasional
Pengembangan Infrastruktur	Jalur rel, sinyal, elektrifikasi, dan perawatan prasarana	15.200	Peningkatan kapasitas lintasan dan keselamatan
Digitalisasi dan Inovasi	Aplikasi Access by KAI, ERP, RCS, sistem e-ticketing	1.350	Transformasi digital & integrasi layanan
Energi Baru Terbarukan	Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS) di stasiun & depo	285	Pengurangan emisi dan efisiensi energi
Proyek Strategis Nasional	LRT Jabodebek & KCJB Whoosh (penyertaan modal BUMN)	24.750	Infrastruktur transportasi terintegrasi
Fasilitas Terminal dan Stasiun	Modernisasi stasiun dan terminal logistik	1.675	Peningkatan kenyamanan dan kapasitas publik
<b>Total Estimasi Biaya Investasi 2023–2024</b>		<b>Rp53.760 Miliar (Rp53,76</b>	

#### Sumber pendanaan investasi berasal dari:

- Modal internal perusahaan (laba ditahan, kas operasi).
- Penyertaan Modal Negara (PMN) untuk proyek strategis.
- Pinjaman perbankan dan sindikasi BUMN untuk pembiayaan proyek jangka panjang KAI 2023

Dengan demikian, struktur pendanaan KAI mencerminkan sistem investasi yang berimbang dan berkelanjutan, dengan tingkat risiko keuangan yang terkendali.





## ASPEK KEUANGAN

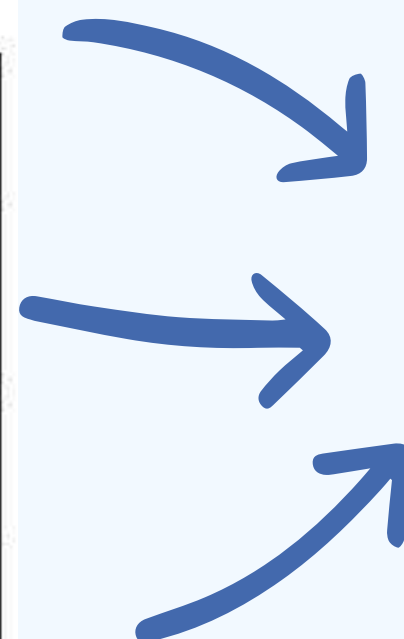


### B. Proyeksi Pendapatan

Perincian sumber pendapatan utama KAI adalah sebagai berikut:

Rincian Pendapatan Usaha PT KAI (2022–2023)  
(Sumber: Integrated Report KAI 2023, hlm. 295–298)

Sumber Pendapatan	2022 (Rp Triliun)	2023 (Rp Triliun)	Pertumbuhan (%)	Keterangan
Angkutan Penumpang (Antarkota, KRL, LRT)	7,52	9,85	+30,9	Kenaikan volume penumpang & tarif fleksibel
Angkutan Barang (Logistik)	5,10	6,48	+27,1	Peningkatan kerja sama dengan industri
Pendapatan PSO (Subsidi Pemerintah)	3,09	3,24	+4,8	Dukungan layanan publik ekonomi
Pendapatan Non-Tarif (KAI Wisata, Iklan, Aset, dll.)	0,98	1,30	+32,6	Kontribusi usaha pendukung & digitalisasi
<b>Total Pendapatan Usaha</b>	<b>16,69</b>	<b>20,87</b>	<b>+25,07</b>	<b>Kinerja finansial meningkat signifikan</b>



**KAI menargetkan pertumbuhan rata-rata pendapatan 12–15% per tahun hingga 2028, dengan fokus pada:**

- **Optimalisasi proyek KCJB Whoosh dan LRT Jabodebek.**
- **Ekspansi angkutan logistik terpadu (KALOG Pro, Rail Cargo System).**
- **Monetisasi aset idle menjadi kawasan komersial (railway-based property).**

**Tren pendapatan ini menegaskan potensi bisnis KAI yang sangat layak dan prospektif secara finansial.**



## ASPEK KEUANGAN

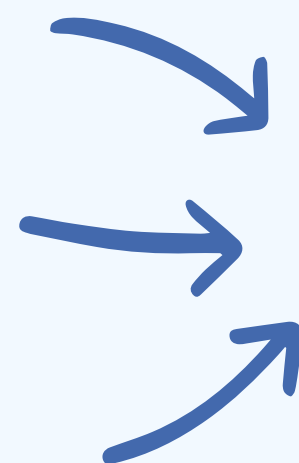


### C. Laporan Laba Rugi dan Arus Kas

#### 1. Laporan Laba Rugi Konsolidasian

(Sumber: Integrated Report KAI 2023, hlm. 295–298)

Uraian (Rp Miliar)	2022	2023	Perubahan (%)	Keterangan
Pendapatan Usaha	16.690	20.870	+25,07	Peningkatan okupansi penumpang dan logistik
Beban Usaha	(16.544)	(20.002)	+20,9	Efisiensi energi & pemeliharaan
Laba Usaha	146	868	+495,8	Peningkatan efisiensi operasional
Pendapatan Non-Operasional (Netto)	(60)	(92)	-	Fluktuasi kurs & keuangan
Laba Bersih Tahun Berjalan	85,4	776,3	+808%	Pemulihan pasca-pandemi & efisiensi biaya



#### Analisis:

**Kenaikan laba bersih hingga 808% mencerminkan hasil transformasi operasional dan restrukturisasi biaya yang efektif. Peningkatan margin laba operasi dari 0,9% (2022) menjadi 4,1% (2023) memperlihatkan efisiensi yang signifikan dalam pengelolaan anggaran dan manajemen aset.**





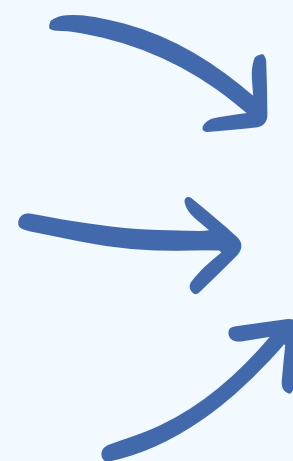
## ASPEK KEUANGAN



### C. Laporan Laba Rugi dan Arus Kas

#### 2. Laporan Arus Kas Konsolidasian

Uraian (Rp)	2023	2022	Perubahan (Rp)	Persentase (%)
<b>A). Arus Kas dari Aktivitas Operasi</b>				
Penerimaan Kas dari Pelanggan	23.922.111.200	18.291.269.386	+5.630.841.814	+30,78
Pembayaran kepada Pemasok & Karyawan	(19.875.919.649)	(16.170.735.698)	(3.705.183.951)	+22,9
Penerimaan dari Pemerintah & Bunga	3.086.048.483	4.183.330.517	(1.097.282.034)	(26,23)
<b>Arus Kas Bersih dari Operasi</b>	<b>4.718.034.952</b>	<b>5.161.260.697</b>	<b>(443.225.745)</b>	<b>(8,59)</b>
<b>B). Arus Kas dari Aktivitas Investasi</b>				
Pengeluaran untuk Aset Tetap & Hak Operasi	(6.662.944.899)	(5.454.206.481)	(1.208.738.418)	+22,15
Penarikan Dana Dibatasi Penggunaannya	4.024.574.246	—	+4.024.574.246	—
<b>Arus Kas Bersih dari Investasi</b>	<b>(6.340.840.442)</b>	<b>(8.319.191.885)</b>	<b>+1.978.351.443</b>	<b>(23,78)</b>



#### Analisis Arus Kas:

- Arus kas operasi tetap positif sebesar Rp4,72 triliun, menandakan kapasitas pendanaan internal yang kuat.
- Aktivitas investasi menunjukkan arus keluar besar akibat pembangunan infrastruktur, tetapi sebagian tertutup dari penarikan dana terbatas (restricted fund).
- Aktivitas pendanaan mengalami penurunan karena berkurangnya ketergantungan terhadap pinjaman jangka pendek dan tidak adanya tambahan PMN baru.

Kondisi akhir kas Rp5,14 triliun menunjukkan likuiditas yang masih aman dan terkendali, dengan rasio kas terhadap liabilitas lancar sebesar 28,67%.

# Aspek Hukum dan Legalitas



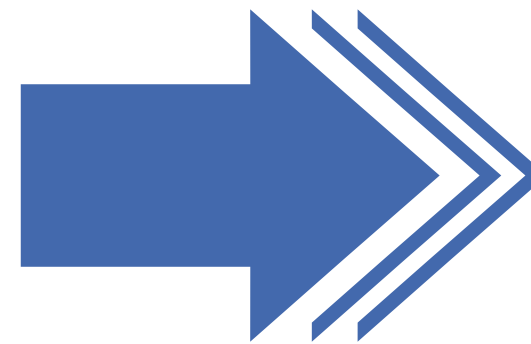
## A. Legalitas Usaha

### 1) Akta Pendirian dan Status Hukum

KAI didirikan berdasarkan: Akta Notaris No. 8 tanggal 12 Juli 2011 tentang Penyesuaian Anggaran Dasar Perseroan terhadap Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

### 2) Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan Registrasi Usaha

KAI terdaftar secara resmi dengan NPWP 01.000.013.8-093.000, yang diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Pajak



### 3) Hak Kekayaan Intelektual

KAI juga memiliki sejumlah merek dagang dan paten terdaftar, di antaranya: Merek “KAI” dan “Access by KAI”, terdaftar di Direktorat Jenderal 21 Kekayaan Intelektual (DJKI) Kemenkumham.

4) Izin Operasional KAI beroperasi berdasarkan: Peraturan Pemerintah No. 72 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Kereta Api.





1) Kepatuhan terhadap Regulasi BUMN dan Perusahaan Publik : KAI memperoleh skor GCG 94,83 (kategori sangat baik) hasil asesmen independen tahun 2023.

2) Kepatuhan terhadap Regulasi Transpotasi dan Keselamatan : Implementasi Zero Accident Program dengan indikator kinerja K3 (Keselamatan dan Kesehatan Kerja) yang terus meningkat

3) Kepatuhan terhadap Regulasi Ketenagakerjaan dan Lingkungan : KAI menaati Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 (jo. UU Cipta Kerja No. 6 Tahun 2023) dan KAI melaksanakan kepatuhan terhadap PP No. 22 Tahun 2021 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup

4) Kepatuhan Anti - Korupsi dan Transparansi : Mendapatkan predikat kepatuhan tinggi dari Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dalam survei integritas nasional tahun 2023.

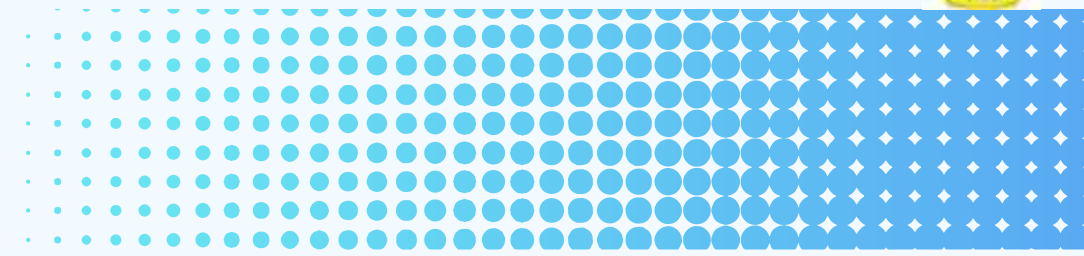
## ASPEK HUKUM DAN LEGALITAS

### B. Kepatuhan Terhadap Regulasi Pemerintah

Sebagai BUMN strategis, KAI beroperasi dengan tingkat kepatuhan hukum dan tata kelola yang tinggi (Good Corporate Governance / GCG). Implementasi kepatuhan mencakup aspek perundang-undangan, regulasi transportasi, ketenagakerjaan, lingkungan, dan tanggung jawab sosial.







## ASPEK LINGKUNGAN DAN SOSIAL

### A. Dampak Lingkungan dari Kegiatan Usaha

- Emisi karbon (CO<sub>2</sub>) yang dihasilkan dari penggunaan bahan bakar diesel pada lokomotif konvensional.
- Konsumsi energi listrik untuk KRL, LRT, dan sistem stasiun.
- Pengelolaan limbah padat dan cair, khususnya limbah perawatan kereta dan pelumas mesin.
- Konsumsi air dan sumber daya alam di fasilitas perawatan dan stasiun.

### B. Program tanggung Jawab Sosial (CSR)

- Program Desa Wisata Binaan KAI di beberapa daerah operasi seperti Purwokerto, Yogyakarta, dan Bandung yang bertujuan mengembangkan potensi wisata lokal.
- KAI Care — bantuan pendidikan untuk anak-anak berprestasi dari keluarga berpenghasilan rendah.
- KAI Peduli Bencana — penyaluran bantuan untuk korban bencana alam di Cianjur, Lumajang, dan Sumatera Barat dengan total bantuan lebih dari Rp14,6 miliar.





## ASPEK Sumber Daya Manusia

- **Rekrutmen dan Seleksi :**

KAI secara berkala membuka lowongan kerja untuk lulusan SLTA hingga S1 melalui situs resmi [e-recruitment.kai.id](https://e-recruitment.kai.id) dengan proses yang gratis dan transparan.

- **Pelatihan dan Pengembangan :**

Young Leadership Development Program sebagai jalur percepatan karier untuk talenta muda.

- **Kompensasi dan Manfaat :**

Pekerja menerima gaji pokok yang kompetitif, ditambah tunjangan perawatan, uang makan, uang perjalanan dinas, dan bonus berbasis kinerja.

- **Budaya Kerja :**

KAI berfokus membangun budaya yang lebih melayani, responsif, dan terbuka terhadap inovasi

- **Kepemimpinan dan Pengelolaan :**

Kepemimpinan transformatif memainkan peran vital dalam perubahan perusahaan, seperti pada masa Ignasius Jonan (2009-2014) yang melakukan restrukturisasi, penutupan celah korupsi, dan perbaikan hubungan dengan serikat pekerja.



# ASPEK BUDAYA

## A. Hubungan Budaya Internal KAI dengan Kinerja Ekonomi Perusahaan

- Nilai "AKHLAK" sebagai pemicu efisiensi
- Budaya kolaboratif dan anti-birokrasi

## B. Kontribusi Budaya KAI terhadap Ekonomi Daerah

- Peningkatan konektivitas dan mobilitas
- Pengembangan ekosistem sekitar stasiun

## C. Budaya KAI sebagai Pelestari Nilai Budaya Nasional

- Pengangkutan budaya dan pariwisata
- Nilai "Loyal" dan kepedulian sosial





# ASPEK INDUSTRI DAN SWOT

## A. Analisis Lingkungan Industri PT Kereta Api Indonesia ( Persero )

- Pembeli (Customer) : pengguna kereta api
- Pemasok (Supplier) : tenaga kerja yang dipasok oleh para supplier
- barang Pengganti ( Suptitute Product) : belum ada barang pengganti untuk PT KAI
- Pendatang Baru ( New Entry ) : pendatang bagi PT KAI itu sendiri juga belum ditemukan
- Pesaing ( Kompetitor ) : banyaknya alternatif transportasi lain yang tercipta bisa membuat PT KAI tersaingi. Contohnya : Gojek, Grab, Taksi, dll.

## B. Analaisi SWOT PT Kereta Api Indonesia ( Persero )

- Strength (Kekuatan) : Satu-satunya BUMN di bidang perkeretaapian di Indonesia.
- Weakness (Kelemahan) : Ketergantungan terhadap regulasi pemerintah, termasuk kebijakan tarif.
- Opportunities (Peluang) : Pengembangan energi baru terbarukan (PLTS) di 40 stasiun dan 2 Balai Yasa.
- Threats (Ancaman) : Persaingan dengan moda transportasi lain seperti bus, truk, dan kapal kargo.





## ANALISIS RISIKO

### A. Risiko Pasar

- Persaingan Antar Moda Transportasi
- Fluktuasi Harga Bahan Bakar
- Perubahan Kebijakan dan Regulasi Pemerintah
- Ketergantungan pada Jaringan dan Fasilitas Khusus
- Peristiwa Eksternal Tak Terduga

### B. Risiko keuangan

- Risiko Likuiditas: Risiko ketidakmampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial jangka pendek saat jatuh tempo.
- Risiko Utang dan Pembiayaan: Beban utang yang signifikan, terutama dari proyek proyek besar seperti Kereta Cepat Jakarta-Bandung (Whoosh) dan LRT Jabodebek, menjadi sumber risiko utama.







## **RISIKO OPERASIONAL**

1. **Infrastruktur dan Sarana** : Keterbatasan suplai suku cadang: Sebagian besar suku cadang harus diimpor.
2. **Keselamatan dan Kecelakaan** : Anjlok atau tabrakan kereta api: Disebabkan oleh kegagalan sinyal, kesalahan manusia (human error), atau kondisi rel yang buruk.
3. **Sumber Daya Manusia (SDM)** : Kesalahan manusia: Masinis, operator, atau petugas lain yang tidak mengikuti prosedur standar operasional (SOP).



## **RISIKO HUKUM DAN LINGKUNGAN**

- Sengketa Aset dan Lahan
- Tanggung Gugat Konsumen
- Kepatuhan Regulasi Perkeretaapian
- Risiko Kontraktual dan Pembiayaan Proyek
- Tata Kelola Perusahaan (Governance)
- Dampak Kebisingan dan Getaran
- Gangguan Ekologis Akibat Pembangunan Infrastruktur







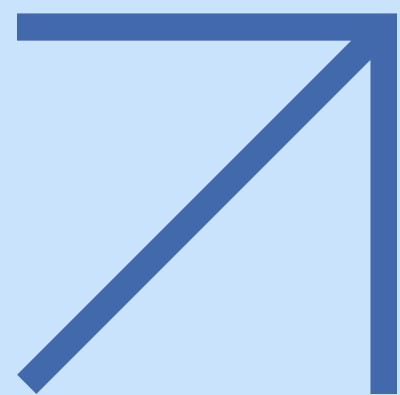
# Kesimpulan

PT Kereta Api Indonesia (Persero) dinilai layak untuk terus dikembangkan berdasarkan hasil analisis berbagai aspek. KAI memiliki pasar yang kuat dan luas, didukung inovasi digital dan layanan transportasi yang semakin terintegrasi. Secara teknis, perusahaan memiliki jaringan rel, sarana-prasarana, dan teknologi modern yang mendukung operasional yang aman dan efisien. Dari sisi manajemen dan SDM, KAI menerapkan tata kelola yang baik, budaya kerja AKHLAK, serta pengembangan kompetensi pegawai. Aspek keuangan menunjukkan kondisi stabil dengan pendapatan dan laba yang meningkat. Legalitas perusahaan lengkap dan sesuai regulasi. Program lingkungan dan sosial berjalan baik, mendukung keberlanjutan dan pemberdayaan masyarakat. Meskipun ada beberapa risiko seperti persaingan antar moda dan risiko proyek besar, KAI tetap memiliki kekuatan dominan dan peluang pertumbuhan besar.

# Saran

1. Percepat transformasi digital, terutama dalam sistem tiket, pemeliharaan berbasis teknologi, dan analisis data pelanggan.
2. Perkuat kompetensi SDM melalui pelatihan teknologi, pemerataan talenta di daerah operasi, dan program kepemimpinan.
3. Perkuat keselamatan dan keamanan, termasuk peningkatan persinyalan dan keamanan siber.
4. Perluas program lingkungan seperti PLTS dan efisiensi energi untuk mendukung transportasi hijau.





# TERIMA KASIH



KELOMPOK 9