

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis penerapan inovasi nilai PT KAI Daop 7 Madiun dalam naik turunnya penumpang serta kualitas pelayanan dimasa pandemi covid-19. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian analisis studi kasus dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan menggunakan jenis data primer dan sekunder. Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap beberapa informan yang sesuai dengan kriteria didalam kebutuhan penelitian yaitu karyawan PT KAI Daop 7 Madiun dan konsumen yang menggunakan produk dan jasanya. Uji keabsahan data dilakukan dengan menggunakan uji triangulasi sumber dengan harapan bisa mendapatkan data yang kredibel. Metode konten digunakan dalam melakukan analisis data agar diperoleh sebuah kesimpulan yang valid melalui sebuah penggambaran fenomena khususnya pada data visual, verbal maupun tertulis.

Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa PT KAI Daop 7 Madiun telah melakukan penerapan inovasi nilai dengan menggunakan *two strategic logics*, diferensiasi produk, kerangka kerja empat langkah dan berhasil mempengaruhi naik turunnya penumpang dalam masa pandemi covid-19. Penerapan inovasi nilai yang dilakukan oleh PT KAI Daop 7 Madiun bisa mempengaruhi kualitas pelayanan dalam masa pandemi covid-19. Wawancara mendalam yang dilakukan kepada konsumen terhadap kualitas pelayanan selama masa pandemi mendapatkan hasil yang memuaskan. Komitmen dalam peningkatan layanan kepada penumpang berhasil membawa perusahaan mendapatkan penghargaan *Public Service Excellence Award 2021* mengenai adaptasi layanan dimasa pandemi, peningkatan layanan dan fasilitas angkutan penumpang, kolaborasi dan sinergi ini menjadi bukti nyata perusahaan dalam menjaga kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Inovasi Nilai, *Two Strategic Logics*, Diferensiasi Produk, Kerangka Kerja Empat Langkah

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the application of PT KAI Daop 7 Madiun value innovations in the ups and downs of passengers and the quality of service during the COVID-19 pandemic. This research is a case study analysis research using descriptive qualitative method and using primary and secondary data types. In the process of collecting data, researchers used in-depth interviews, observation and documentation. Researchers conducted in-depth interviews with several informants who met the criteria in the research needs, namely employees of PT KAI Daop 7 Madiun and consumers who use their products and services. The validity of the data was tested by using source triangulation test in the hope of obtaining credible data. The content method is used in conducting data analysis in order to obtain a valid conclusion through a description of the phenomenon, especially on visual, verbal and written data.*

*From the results of the research conducted, it shows that PT KAI Daop 7 Madiun has implemented value innovation using two strategic logics, product differentiation, a four-step framework and has succeeded in influencing the ups and downs of passengers during the COVID-19 pandemic. The application of value innovations carried out by PT KAI Daop 7 Madiun can affect service quality during the COVID-19 pandemic. In-depth interviews conducted with consumers on the quality of service during the pandemic got satisfactory results. The commitment in improving services to passengers has succeeded in bringing the company to the Public Service Excellence Award 2021 regarding service adaptation during the pandemic, improving passenger transportation services and facilities, collaboration and synergy are real evidence of the company in maintaining service quality.*

**Keywords:** Value Innovation, Two Strategic Logics, Product Differentiation, Four Action Framework