

# TINGKAT KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP PEMBELIAN TIKET KERETA API SECARA ONLINE

Andi Saryoko †

Jurusan Teknik Informatika STMIK Nusa Mandiri Jakarta

Jl. Damai No. 8, Warung Jati Barat (Margasatwa), Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12540

E-mail: andi.asy@nusamandiri.ac.id

Mohammad Badrul

Jurusan Teknik Informatika STMIK Nusa Mandiri Jakarta

Jl. Damai No. 8, Warung Jati Barat (Margasatwa), Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12540

E-mail: mohammad.mbl@nusamandiri.ac.id

Samudi

Jurusan Sistem Informasi STMIK Nusa Mandiri Jakarta

Jl. Damai No. 8, Warung Jati Barat (Margasatwa), Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12540

E-mail: samudi.net@gmail.com

## ABSTRAK

Kebutuhan jasa transportasi adalah cermin dari kebutuhan masyarakat, semakin tingginya tingkat kegiatan masyarakat maka mobilitas kegiatan masyarakat tersebut akan semakin tinggi dan selanjutnya akan memerlukan pola peningkatan dalam bidang jasa transportasi. Kereta api merupakan salah satu moda angkutan darat yang memiliki banyak kelebihan jika dibandingkan dengan jenis angkutan moda lainnya. Saat ini pembelian tiket dapat dilakukan secara online. Banyak web yang memberikan layanan secara online dalam pembelian tiket khususnya tiket kereta api. Dalam melakukan pembelian tiket kereta api secara online terutama pada laman <http://www.tiketkai.com> akan penulis analisis untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan masyarakat dalam melakukan pembelian tiket kereta api secara online dengan melakukan pembelian pada <http://www.tiketkai.com>. Dalam konteks pengukuran variabel kualitas pelayanan, Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) mengidentifikasi lima dimensi ukuran kualitas layanan yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Tangibles* (bukti langsung), dan *Empathy* (empati). Dengan demikian pihak penyedia jasa harus mampu memberikan perhatian penuh pada *service quality* (*SERVQUAL*).

Kata Kunci: Tingkat Kepuasan, Masyarakat, Pembelian, Tiket Kereta Api, Online

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya dunia teknologi informasi, Pembelian tiket kereta api sekarang ini sudah mengalami perubahan yang sangat besar. Untuk saat ini pembelian tiket dapat dilakukan secara online. Banyak web yang memberikan layanan secara online dalam pembelian tiket khususnya tiket kereta api. Dalam melakukan pembelian tiket kereta api secara online terutama pada laman [www.tiketkai.com](http://www.tiketkai.com) akan penulis analisis untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan masyarakat dalam melakukan pembelian tiket kereta api secara online dengan melakukan pembelian pada [www.tiketkai.com](http://www.tiketkai.com).

Salah satu cara membedakan sebuah perusahaan jasa dengan perusahaan jasa lainnya adalah memberikan pelayanan dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten. Dengan demikian pihak penyedia jasa harus mampu

memberikan perhatian penuh pada *service quality* (*SERVQUAL*). Skala *SERVQUAL* yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam serangkaian penelitian terhadap enam perusahaan jasa (1985, 1988, 1991, 1994) menunjukkan bahwa perbedaan antara harapan konsumen mengenai kinerja dari perusahaan dan penilaian konsumen mengenai kinerja aktual memberikan suatu persepsi konsumen atas kualitas jasa.

### 1.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji tingkat kepuasan masyarakat terhadap jasa pelayanan pada pembelian Tiket Kereta Api dengan menerapkan instrument *SERVQUAL*
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang harus diprioritaskan agar dapat memenuhi harapan masyarakat pengguna jasa pembelian tiket kereta api secara online?

---

† Corresponding Author

**2. TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1. Sejarah singkat Kereta Api Indonesia**

Setelah kemerdekaan Indonesia diproklamisikan pada tanggal 17 Agustus 1945, karyawan KA yang tergabung dalam Angkatan Moeda Kereta Api (AMKA) mengambil alih kekuasaan perkeretaapian dari pihak Jepang. Peristiwa bersejarah tersebut terjadi pada tanggal 28 September 1945. Pembacaan pernyataan sikap oleh Ismangil dan sejumlah anggota AMKA lainnya, menegaskan bahwa mulai tanggal 28 September 1945 kekuasaan perkeretaapian berada di tangan bangsa Indonesia. Orang Jepang tidak diperbolehkan campur tangan lagi urusan perkeretaapi-an di Indonesia. Inilah yang melandasi ditetapkannya 28 September 1945 sebagai

Hari Kereta Api di Indonesia, serta dibentuknya Djawatan Kereta Api Republik Indonesia (DKARI). ([www.kereta-api.co.id](http://www.kereta-api.co.id))

Begitu juga dalam pembelian tiket sudah mengalami perubahan, dari yang awalnya masyarakat harus jauh-jauh datang ke stasiun dan melakukan pengantrian yang panjang dan sekarang masyarakat dapat melakukan pembelian tiket secara online. Meskipun pembelian tiket kereta api sudah dilakukan secara online, namun masih perlu adanya analisis guna untuk mengetahui sampai seberapa besar tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan pembelian online tiket kereta api yang dilakukan secara online.

**2.2. SERVQUAL**

Pengukuran kualitas jasa dalam model *Servqual* ini didasarkan pada skala multiitem yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pembelian tiket kereta api secara online. Serta *Gap* diantara keduanya pada lima dimensi kualitas jasa yaitu (*Reliability*, daya tanggap, jaminan, *Empaty* dan Bukti fisik), kelima dimensi kualitas tersebut

dijabarkan dalam beberapa butir pertanyaan untuk atribut harapan dan variabel persepsi berdasarkan skala *likert*. Skor *Servqual* untuk tiap pasang pertanyaan bagi masing-masing pengguna dalam membeli Tiket Kereta Api secara online dapat dihitung berdasarkan rumus berikut (Zeithalm, et, al.,1985)

$$\text{Skor Servqual} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

Skor *Gap* kualitas jasa pada berbagai level secara rinci dapat dihitung berdasarkan:

1. *Item-by-item analysis*, misal  $P1 - H1$ ,  $P2 - H2$ , dst.  
Di mana P = Persepsi dan H = Harapan
2. *Dimensi-by-dimensi analysis*, contoh:  $(P1 + P2 + P3 + P4 / 4) - (H1 + H2 + H3 + H4 / 4)$  di mana P1 sampai P4 dan H1 sampai H4 mencerminkan 4 pernyataan persepsi dan harapan berkaitan dengan dimensi tertentu.
3. Perhitungan ukuran tunggal kualitas jasa/*gap servqual* yaitu  $(P1 + P2 + P3 + \dots + P22 / 22) - (H1 + H2 + H3 + \dots + H22 / 22)$
4. Untuk menganalisis kualitas akan jasa pelayanan yang telah diberikan, maka digunakan rumus :

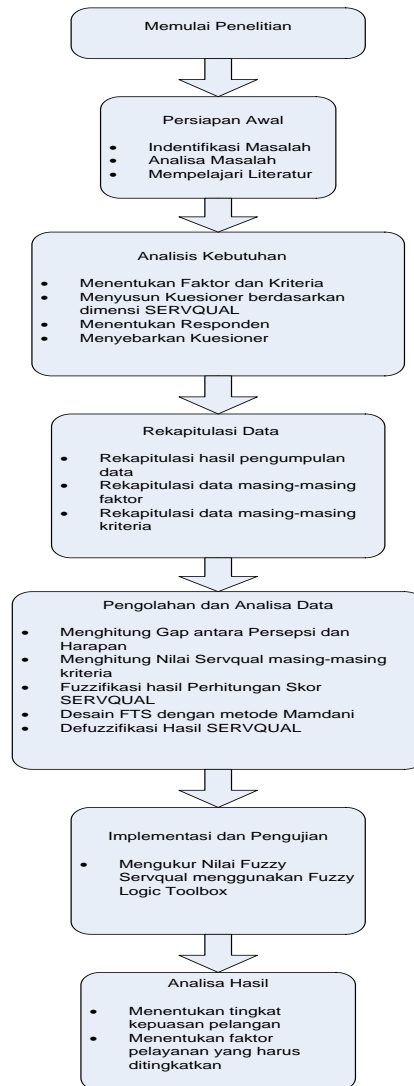
$$\text{Qualitas (Q)} = \frac{\text{Persepsi (P)}}{\text{Harapan (H)}}$$

Jika Kualitas (Q)  $\geq 1$ , maka kualitas pelayanan dikatakan baik.

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1. Tahapan Penelitian

##### 3.1.1. Kerangka Kerja Penelitian



Sumber: Harto (2015:23)

Gambar III.1 Tahap Penelitian

##### 3.1.2. Uraian Kerangka Kerja Penelitian

Berdasarkan kerangka kerja pada III.1 maka masing-masing langkahnya dapat diuraikan seperti berikut ini :

1. Identifikasi Ruang Lingkup  
Pada tahap ini akan didefinisikan ruang lingkup permasalahan dan merumuskan masalah serta batasan masalah dalam pembelian Tiket Kereta Api secara online agar gambarnya jelas dan bahasan tidak melebar sesuai dengan topik.
2. Analisis Masalah  
Langkah analisis permasalahan adalah langkah untuk dapat memahami masalah yang telah ditentukan pada ruang lingkup atau batasan masalahnya. Teknik analisis

yang digunakan dapat dilakukan dengan beberapa tahap berikut :

- a. Tahap *identify* yaitu : mengidentifikasi permasalahan yang terjadi,
  - b. Tahap *understand* yaitu : memahami lebih lanjut tentang permasalahan yang ada dengan cara melakukan pengumpulan data yang dibutuhkan,
  - c. Tahap *analyze* yaitu : mencari kelemahan-kelemahan sistem yang ada dan mengumpulkan informasi tentang kebutuhan-kebutuhan lebih lanjut tentang harapan masyarakat terhadap pembelian tiket secara online.
3. Mempelajari Literatur yang berkaitan dengan judul

- Setelah menganalisis masalah dan menentukan tujuan yang akan dicapai, maka perlu untuk mempelajari literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang terjadi dalam pembelian Tiket Kereta Api secara online. Sumber literatur biasa didapatkan dari perpustakaan, jurnal internasional, artikel, yang membahas tentang Logika Fuzzy, metode service quality, sistem pelayanan, analisis kepuasan peserta Tiket Kereta Api serta bahan bacaan lain yang dapat mendukung penelitian.
4. Menentukan Faktor dan Kriteria Faktor dan Kriteria dalam penelitian tentang kualitas pelayanan ini mengacu kepada 5 Dimensi *Servqual* :
    - a. *Tangible s* (bukti terukur)
    - b. *Responsiveness* (daya tanggap)
    - c. *Realiability* (keandalan)
    - d. *Assurance* (jaminan)
    - e. *Empathy* (empati)
  5. Menyusun dan Menyebarkan Kuesioner Data yang akan dipakai adalah data primer dan data sekunder, di mana data tersebut didapatkan dari *responden* / masyarakat yang telah melakukan pembelian Tiket Kereta Api secara online. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode servel yaitu teknik pengumpulan dan analisis data yang berupa opini dan *responden* yang diteliti melalui Tanya jawab, dalam metode survey ini penulis menggunakan kuesioner (pertanyaan tertulis) yang dibuat mengacu kepada 5 Dimensi *SERVQUAL*, dan untuk pengisiannya menggunakan skala likert 5 Point sebagai panduan untuk melihat kepuasan masyarakat yang telah melakukan pembelian Tiket Kereta Api secara online.

### 3.2 Metode Pengumpulan Data, Populasi Dan Sampel Penelitian

#### 3.2.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data, yang tertera sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan  
Yaitu penelitian yang dilakukan pada beberapa pemesanan tiket kereta api yang bersangkutan untuk memperoleh data dengan penulisan sebagai berikut:
  - a. *Observasi*  
*Observasi* merupakan salah satu metode penelitian yang dimana peneliti akan melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.
  - b. Menurut Sugiono (2010:199) kuesioner merupakan “teknik pengumpulan data yang

6. Rekapitulasi Hasil Pengumpulan Data  
Data yang diperoleh melalui kuesioner yang telah disebar ke masyarakat yang telah melakukan pembelian Tiket Kereta Api secara online, selanjutnya akan dikumpulkan dan disusun dalam bentuk tabulasi, data akan dikelompokkan berdasarkan masing-masing kriteria dan faktor pelayanan pada pembelian Tiket Kereta Api secara online.
7. Pengolahan Data dan Analisis Data
  - a. Data yang telah dikumpulakn selanjutnya akan diolah untuk dapat menentukan rata-rata skor persepsi dan harap dari masyarakat mengenai kualitas pelayanan pada pembelian Tiket Kereta Api secara online.
  - b. Selanjutnya akan dihitung Gap antara persepsi dan harapan dengan cara mengurangi nilai persepsi dengan nilai skor harapan.
  - c. Setelah didapatkan nilai Gap selanjutnya akan dihitung skor *SERVQUAL* dengan cara menghitung rata-rata Gap antar kriteria.
  - d. Agar hasil perhitungan *SERVQUAL* lebih akurat maka selanjutnya akan dilakukan perhitungan skor *SERVQUAL* .
8. Implementasi dan Pengujian  
Selanjutnya akan dilakukan implementasi dan analisisn Fuzzy *Servqual* dengan *rule-rule* yang sudah disusun.
9. Hasil dan Kesimpulan  
Langkah selanjutnya adalah menarik kesimpulan dari pengujian sistem dengan yang ada dilapangan dan mencocokkan hasilnya.

dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab”. Untuk analisis *Servqual*, maka untuk jawaban itu dapat diberi skor yang ditunjukkan pada tabel ini.

**Tabel 1 – Skor jawaban penelitian**

Pilih jawaban	skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

- c. Studi Pustaka

Peneliti melakukan studi kepustakaan melalui literatur-literatur ilmiah atau referensi-referensi *Hand book* dan jurnal Nasional.

## 2. Sumber Data

### 3.3.2. Populasi Dan Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan untuk memenuhi penelitian ini merupakan masyarakat pembelian tiket kereta api *online* wilayah Non Jabodetabek (Jawa) yang berada disekitaran Jakarta. Pengguna aplikasi tersebut pada *website* dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini.

Berdasarkan Sumber: <https://www.bps.go.id/LinkTableDinamis/view/id/815> populasi penumpang kereta api Non Jabodetabek (Jawa) untuk setiap bulannya rata-rata mencapai 5000 an penumpang dengan data terakhir jumlahnya mencapai 5772 penumpang. Dengan menggunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah bererapa banyak sampel yang akan disebar. Akan mendapatkan hasil sebagai berikut:

$$N = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$N = \frac{5772}{1 + 5772(0.1)^2}$$

### 3.4 Metode Analisa Data

Metode yang digunakan dalam analisis ini adalah metode analisis *fuzzy servqual*, untuk melihat seberapa jauh perbedaan kenyataan atau

## 4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan seberapa puas masyarakat untuk melakukan pembelian tiket kereta api secara *online* dari [www.tiketkai.com](http://www.tiketkai.com). Dengan adanya kualitas pelayanan yang terdapat pada hasil dari responden dan dengan menggunakan metode *SERVQUAL*, dapat diambil hasil kualitas pada pelayanan yang dikemukakan dalam *website* [www.tiketkai.com](http://www.tiketkai.com). Semakin konsumen memperoleh pelayanan yang buruk, maka secara otomatis konsumen merasa

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian ini.

Untuk melengkapi kelengkapan dalam pembahasan penulisan skripsi ini, maka penelitian ini memperoleh data yang bersumber dari primer dan data sekunder

$$N = 98$$

Keterangan

n = Sampel

N = Jumlah Sampel

e = *error* (kesalahan) 10%

### 3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Untuk penelitian ini, teknik yang digunakan adalah teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling*, yaitu semua elemen populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Hal ini dilakukan kerana mengingat keterbatasan waktu, lokasi dan tenaga yang ada. Jadi metode yang digunakan untuk pengambilan sampel nya adalah dengan menggunakan *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan semata. Yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok atau memenuhi syarat dalam pengambilan sampel.

harapan masyarakat pengguna *website* penjualan tiket kereta api secara *online* atas kualitas pelayanan saat ini.

sangat kecewa. Begitupun sebaliknya, jika pelayanan baik, maka konsumen sangat puas

Dengan adanya situs *website*, secara faktual dapat menolong konsumen untuk membeli tiket kereta api jika konsumen tersebut dalam keadaan terburu-buru untuk pergi ke suatu tujuan. Karena telah memberikan nilai yang positif untuk setiap nilai yang ada pada setiap pertanyaan yang diisi oleh konsumen. Terciptanya *web* >70% konsumen senang dan puas.

Penulis juga mengucapkan rasa terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada Kementrian Riset Dikti yang telah membiayai penulis dalam melakukan penelitian ini.

**PUSTAKA**

Haksik Lee, Yongki Lee dan Dongkeun Yoo, *The Determinants of Perceived Service quality and Its Relationship with Satisfaction*, *Journal of Service Marketing*, Vol,14 No.3, 2000.

<http://www.bps.go.id/LinkTabelStatis/view/id/1417>

<http://www.kereta-api.co.id>

<http://www.tiketkai.com>

Kusumawardani, dian prakasiwi, Poerwanto, dan Iswono, Sugeng. *Customers Satisfaction Analisis On Quality Service Of Sritanjung Economy AC Class PT. Kereta Api Indonesia (Persero)*. Artikel Ilmiah Hasil Penelitian Mahasiswa 2013, 1 (1). Universitas Jember

L. Jean harrison-Walker, *Service quality in the Hair Industry Salon*, *Journal of Business Diciplines*, Indiana University Southeast, Vol.1, 2000

Parasuraman, et al. (1998). *Service quality: A multiple item scale for measuring consumer perception of service quality*

Saryoko, Andi. (2014) *“The Reform Model and New Challenges For Global Information Society*

*Preface“ .International Seminar of Information Tecnology ( ISIT ). Jakarta*

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung. Alfabeta

Sujalwo et.al (2008). *Servqual Sebagai Salah Satu Alat Ukur Kualitas Pelayanan Masjid Al-Amin Metuk Kidul Klaten*, *Jurnal Teknik Industri*, Vol .11, No. 1, Maret 2008: 32 – 44

Sujatmiko, et.al., *Upaya Peningkatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Berdasarkan Hasil Analisis Metode SERVQUAL dan Regresi Linier Berganda*, JEMIS VOL. 1 NO. 1 TAHUN 2013 ISSN 2338-3925

Thomas P Van Dyke dan Leon A. Kappleman, *Department of Management College of Business and Economics University of Nevada, Las Vegas, Cautions on the ASSESS the Quality of Information Systems Services.*, *Journal of Decisions Sciences*, Vol. 30 No.3, 1999.

Zeithaml, Valarie A., Leonard L. Berry, and A. Parasuraman. (1985). *Problem and Strategis in Services in Strategis in Services Marketing*. *Journal of Marketing*, April. pp.35-48.