**Sistem Informasi Penjualan Tiket Kereta Api Pada PT.KAI berbasis WEB**

**NAMA : ARBA’I**

**NIM : 223220066**

**MAHASISWA TEKNIK INFORMATIKA**

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. LATAR BELAKANG

Globalisasi dan perkembangan teknologi semakin besar dan besar

Memimpin dalam dunia transportasi yang semakin kompetitif di mana layanan bersaing Penyelenggara transportasi juga semakin ketat dengan perusahaan Perusahaan transportasi swasta dan perusahaan transportasi pemerintah. hal tersebut Mendorong penyedia jasa transportasi untuk melakukan perbaikan Kualitas layanan dan informasi untuk kenyamanan konsumen.

Kereta api merupakan sarana transportasi dengan berbagai keunggulan Perbandingan, Penghematan Lahan dan Energi, Polusi Rendah, Sifat Populer, Kemampuan Beradaptasi Masuki era persaingan dengan perubahan teknologi. potensi Berharap untuk memobilisasi secara nasional sehingga kami bisa Menciptakan keunggulan kompetitif atas produksi dan jasa dalam negeri di pasar global. Ia memiliki tugas pokok dan fungsi memobilisasi arus Penumpang dan barang di kereta api memainkan peran tambahan pertumbuhan ekonomi nasional.

PT. Kereta Api (Persero) adalah salah satu perusahaan tersebut Penyedia jasa transportasi Indonesia juga coba melakukannya Inovasi dalam kebutuhan layanan. itu ditandai dengan Jalankan website PT.Kereta Api yang menyediakan semua informasi yang tersedia Terhubung dengan layanan PT.Kereta Api untuk menambah nilai Efektivitas dan efisiensi dalam memberikan pelayanan kepada semua konsumen.

Untuk memudahkan konsumen Pesan tiket kereta api dan gunakan alat komunikasi dengan cepat Handphone ibarat handphone maka kita membutuhkan jaringan handphone Nyaman bagi konsumen kereta api untuk melakukan pemesanan Beli tiket online. Pada tugas akhir ini, penulis merancang sebuah aplikasi mobile Situs tempat Anda dapat memesan tiket kereta api secara online Ini. Aplikasi yang akan dibangun berbasis XHTML (Extensible HyperText bahasa markup), yang memungkinkan perangkat seluler untuk mengakses Internet dan Fitur termasuk kemampuan untuk memesan tiket, melihat Jadwal dan tarif tiket, pemberitahuan konfirmasi (jika ada) Kereta tertunda atau rusak, dan pembaruan Tentang layanan PT.KAI (Persero).

1. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan teknologi informasi saat ini telah memberikan pengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan, salah satunya di bidang perdagangan. Perdagangan online saat ini sangat berkembang pesat khusunya di Indonesia. Berkembangnya perdagangan online telah mengubah perilaku masyarakat dalam melakukan pembelian produk atau jasa yang berawal manual menjadi secara online. Saat ini sudah banyak perusahaan yang memberikan layanan dengan memanfaatkan media online sebagai sarana penjualan. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan salah satu perusahaan yang memberikan layanan penjualan tiket kereta api secara online. Data yang diterima website lapor.go.id tahun 2015 dan artikel pada kompas.com tahun 2015 menyebutkan bahwa PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki banyak keluhan mengenai website. Berdasarkan banyaknya keluhan yang diterima, maka pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) perlu melakukan evaluasi terhadap kualitas layanan website untuk memperbaiki layanan yang dianggap kurang memuaskan sehingga terciptanya kepuasan pengguna. Webqual merupakan metode yang memiliki variabel inti penilaian yang mewakili pengukuran kualitas suatu website (Barnes & Vidgen, 2002). Webqual terdiri dari tiga variabel, yaitu Usability, Information Quality, dan Service Interaction Quality. Usability, information quality, dan service interaction quality merupakan faktor penting dalam mengukur keberhasilan sebuah website dan faktor penting dalam mempengaruhi kepuasan pengguna (Chiew & Salim, 2003; Kandari, 2010; Yang, Liang & Wang, 2010). Oleh karena itu, diperlukan metode Webqual untuk mengukur kualitas website sehingga terciptanya kepuasan pengguna. Kepuasan pengguna merupakan faktor penting bagi perusahaan karena dinilai sebagai kunci sukses dalam mengimplementasikan sebuah sistem informasi (Tarigan, 2008). Penelitian Delone dan McLean pada tahun 2005 mengatakan pengukuran kepuasan pengguna dianggap sebagai salah satu alat yang paling sering digunakan dalam menilai keberhasilan suatu sistem. Oleh karena itu, kepuasan pengguna menjadi kriteria penting untuk mengukur keberhasilan kinerja website PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Webqual merupakan suatu metode untuk mengukur kualitas website berdasarkan persepsi pengguna. Webqual 4.0 memiliki tiga variabel, yaitu: (1) usability; (2) information quality; dan (4) service interaction quality. Usability menggambarkan tentang bagaimana pengguna memandang dan berinteraksi dengan website dan kemudahan bernavigasi (Barnes & Vidgen, 2002). Indikator yang terdapat pada usability, yaitu: (1) tampilan (appearance); (2) kemudahan dalam penggunaan (ease of use); navigasi (navigation); dan kinerja (performance). Information quality didefinisikan sebagai informasi yang layak digunakan atau memenuhi harapan pengguna (Burch & Grunitski, 1986). Indikator-indikator yang terdapat pada information quality, yaitu: (1) akurat; (2) format; (3) relevan; dan (4) tepat pada waktunya. Service interaction quality merupakan kualitas yang dirasakan oleh pengguna ketika mempelajari atau berinteraksi dengan sebuah website, diwujudkan oleh rasa empati (empathy) dan kepercayaan (trust) terhadap indiaktor masalah transaksi dan keamanan informasi pengiriman produk (product delivery), serta personalisasi dan komunikasi dengan pemilik website (personalization and communication with website owner) (Barnes & Vidgen, 2002). Importance Performance Analysis (IPA) merupakan salah satu metode untuk mengukur hubungan antara tingkat kinerja (performance) dengan tingkat kepentingan (importance) terhadap kualitas layanan produk atau jasa. IPA berfungsi untuk menampilkan informasi mengenai faktor-faktor yang perlu diperbaiki maupun ditingkatkan agar memenuhi harapan pengguna. IPA menggabungkan pengukuran antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan dalam kuadran IPA (Latu & Everett, 2000). Interpretasi kuadran IPA terbagi menjadi empat kuadran, yaitu: (1) Kuadran A (Prioritas Utama); (2) Kuadran B (Pertahanan Kinerja); (3) Kuadran C (Prioritas Rendah); dan Kuadran D (Cenderung Berlebihan). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai usability, information quality, dan service interaction quality pada layanan website PT. Kereta Api Indonesia (Persero) serta mengatahui pengaruh usability, information quality, dan service interaction quality terhadap kepuasan pengguna (user satisfaction). Selain itu, penelitian ini juga melihat hasil analisis kuadran IPA pada usability, information quality, dan service interaction quality

1. PEMBAHASAN MASALAH

Hasil statistik deskriptif untuk variabel usability menunjukkan bahwa indikator tampilan, kemudahan dalam penggunaan, navigasi, dan kinerja termasuk ke dalam kategori tinggi. Hasil pada variabel information quality menunjukkan bahwa indikator akurat, format, relevan, dan tepat pada waktunya termasuk ke dalam kategori tinggi. Hasil pada variabel service interaction quality menunjukkan indikator masalah transaksi dan kemanan, pengiriman produk, dan personalisasi dan komunikasi dengan pemilik website termasuk ke dalam kategori tinggi. Secara keseluruhan, variabel usability, information quality, dan service interaction quality termasuk ke dalam kategori tinggi. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel usability, information quality, dan service interaction quality memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap user satisfaction. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu (Tarigan, 2008; Syaifullah & Soemantri, 2016). Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara usability, information quality, dan service interaction quality terhadap user satisfaction. Hasil analisis IPA menunjukkan bahwa yang termasuk dalam kuadran A (Prioritas utama) adalah indikator navigasi. Kuadran B (Pertahanan kinerja) adalah indikator akurat, masalah transaksi dan keamanan informasi, tepat pada waktunya, relevan, dan kemudahan dalam penggunaan. Kuadran C (Prioritas rendah) adalah indikator tampilan, personalisasi dan komunikasi dengan pemilik website. Kuadran D (Cenderung Berlebihan) adalah kinerja dan pengiriman produk. Penelitian Peng pada tahun 2002 menyebutkan bahwa cara yang baik untuk menempatkan menu navigasi adalah diatas atau disamping halaman web dan tidak disarankan untuk menempatkan menu navigasi dibawah halawan web karena pengguna sering kali kebingungan jika mendapati halaman website yang panjang sehingga pengguna harus menscroll kebawah untuk menggunakan menu navigasi. Menurut Nielsen (1999 disitasi dalam Peng, 2002), website perlu menyediakan menu pencarian agar membantu pengguna dalam menemukan informasi dengan cepat dan menghindari pengguna yang kebingungan saat berada pada suatu halaman website. Dengan demikian, maka disarankan bagi pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) untuk menambahkan menu pencarian untuk memperbaiki kualitas navigasi website PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Menurut Ballou & Pazer (1985 disitasi dalam Peng, 2002), informasi yang akurat adalah informasi yang bernilai sesuai dengan informasi sebenarnya. Untuk aspek dalam masalah transaksi dan keamanan informasi adalah mencakup reputasi yang baik, dan rasa aman untuk bertransaksi serta memberikan informasi pribadi pada website (Barnes & Vidgen, 2002). Menurut Holmes (1996 disitasi dalam Peng, 2002), format diartikan sebagai bagaimana informasi disampaikan kepada pengguna website. Huang et al. (1999 disitasi dalam Peng, 2002) menyatakan bahwa aspek format mensyaratkan website perlu menyajikan informasi secara ringkas dan konsisten, dan mudah dipahami oleh pengguna. Menurut Ballou dan Pazer (1985 disitasi dalam Peng 2002), informasi yang tepat pada waktunya adalah informasi yang tercatat atau terdapat pada website tidak kadaluarsa. Menurut Holmes (1996 disitasi dalam Peng, 2002), informasi yang relevan adalah informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna website. Kemudian untuk aspek kemudahan dalam penggunaan adalah mencakup kemudahan website untuk digunakan dan kemudahan pengguna dalam berinteraksi dengan website (Barnes & Vidgen, 2002). Dengan demikian, maka pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) berkewajiban untuk mempertahankan kinerja dari aspek indikator akurat, masalah transaksi dan keamanan informasi, format, tepat pada waktunya, relevan, dan kemudahan dalam penggunaan agar tetap memberikan kinerja yang memuaskan bagi pengguna. Penelitian Chiew dan Salim pada tahun 2003 menyebutkan bahwa tampilan website yang baik tidak boleh dibagi menjadi beberapa bagian kecil agar nyaman untuk membaca oleh pengguna. Oleh karena itu, jumlah frame yang digunakan pada website harus dibatasi. Sedangkan untuk aspek personalisasi dan komunikasi dengan pemilik website adalah mencakup rasa personalisasi dan kemudahan untuk berkomunikasi dengan pihak organisasi atau perusahaan (Barnes & Vidgen, 2002). Dengan demikian, maka pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) perlu memperhatikan aspek dari kedua indikator tampilan dan personalisasi dan kemudahan untuk berkomunikasi dengan pemilik website untuk meningkatkan kinerjanya namun tidak perlu diprioritaskan karena indikator tersebut dianggap kurang penting oleh pengguna. Penelitian Chiew dan Salim pada tahun 2003 menyebutkan bahwa kinerja website yang baik adalah yang memiliki waktu yang diperlukan untuk mendownload atau mengakses halaman tidak melebihi 15 detik karena pengguna tidak ingin menunggu lama untuk mendownload file atau mengakses halaman. Aspek pengiriman produk adalah mencakup rasa yakin bahwa barang atau jasa akan terkirim sesuai dengan apa yang dijanjikan dan rasa aman untuk bertransaksi (Barnes & Vidgen, 2002). Dengan demikian, maka pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) tidak perlu memprioritaskan aspek yang terdapat pada indikator kinerja dan pengiriman produk karena tidak dianggap penting oleh pengguna

1. KESIMPULAN

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa secara keseluruhan kondisi variabel usability, information quality dan service interaction quality termasuk kategori tinggi. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel usability, information quality dan service interaction quality secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap user satisfaction. Hasil analisis kuadran IPA menunjukkan bahwa faktor yang terletak pada kuadran A adalah indikator navigasi. Kuadran B adalah indikator akurat, masalah transaksi dan keamanan informasi, format, tepat pada waktunya, relevan, dan kemudahan dalam penggunaan. Kuadran C adalah tampilan, dan personalisasi. Kuadran D adalah kinerja dan pengiriman produk. Diharapkan untuk pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) agar memperbaiki kualitas website PT. Kereta Api Indonesia (Persero) khususnya aspek pada indikator navigasi karena dianggap penting bagi pengguna namun kinerjanya kurang memuaskan. Rekomendasi perbaikan yang disarankan adalah menambahkan menu pencari pada halaman website agar memudahkan pengguna dalam mencari informasi yang dibutuhkan.

Dengan memperhatikan kesimpulan yang telah ditarik oleh penulis maka penulis dapat memberikan saran yang kemungkinan dapat membantu perusahaan dapat meningkatkan kedisiplinan kerja dalam rangka mencapai tujuan perusahaan secara maksimal sebagai berikut :

Sebaiknya perusahaan dapat memperbaiki kebijakannya tentang pemesanan tiket yang dilakukan di indomaret, alfamart dan pemesanan tiket online yang harus mencetak tiket kereta api di stasiun, dengan tidak harus mencetak ulang tiket kereta api di stasiun. Agar dapat memberikan kenyamanan bagi calon penumpang dan tidak membuang waktu calon penumpang, mempermudah bagi calon penumpang. Maka sebenarnya dari bukti pemesanan tiket tersebut, calon penumpang tidak perlu melakukan cetak tiket kereta api di stasiun keberangkatan.

1. DAFTAR PUSTAKA

Lupiyoadi, Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Basu Swastha dan T. Hani Handoko. (2000). “Manajemen Pemasaran : AnalisisPerilaku Konsumen”. Yogyakarta : BPFE.

Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2009, Manajemen pemasaran, Edisi 13 Jilid 2. Jakarta

Rujukan dari Internet berupa Profil PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Cara pemesanan tiket online,jadwal tiket kereta api.( https://booking.kai.id/)

Pengertian mekanisme. (http://id.wikipedia.org/wiki/Mekanisme)

Cara pemesanan tiket melalui pihak ketiga alfamart.

(https://alfamart.co.id/service/online-ticketing/kereta-api)