

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi internet telah dimanfaatkan oleh berbagai organisasi terutama organisasi bisnis. Menggunakan teknologi internet merupakan cara yang inovatif dalam melakukan kegiatan perusahaan untuk memasuki pasar di dunia maya yang disebut sebagai *e-commerce*. Dengan memanfaatkan teknologi internet, perusahaan dapat melakukan berbagai kegiatan bisnis secara elektronik seperti: transaksi bisnis serta berbagi informasi dengan konsumen dan pemasok. Salah satu perusahaan yang telah memanfaatkan teknologi ini adalah PT. Railink yaitu menyediakan sistem kepada masyarakat agar bisa membeli tiket kereta api secara *online* melalui sistem yang disebut *Railink Ticket System (RTS)* [1].

PT. Railink adalah anak perusahaan dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) dengan PT. Angkasa Pura II (Persero). Kedua perusahaan tersebut mempersembahkan sebuah layanan yang baru pertama kali hadir di Indonesia, yakni Kereta Api Bandara yang melayani penumpang dari stasiun kereta api kota Medan menuju Bandara Kualanamu dan sebaliknya. Pembelian tiket kereta api bandara dapat dilakukan secara langsung di stasiun kereta api Medan dan bandara Kualanamu melalui *Ticket Vending Machine* atau melalui layanan informasi, sedangkan pembelian tiket secara online dapat dilakukan melalui agen resmi, website <http://ticket.railink.co.id>, aplikasi *smartphone platform Android* dan *IOS*, dan minimarket seperti indomaret dan alfamart. RTS juga menyediakan layanan pencarian jadwal melalui media internet sehingga memudahkan pengguna sistem dalam mencari jadwal kereta, pemesanan dan pembayaran secara online.

Perusahaan yang telah menanamkan investasi sistem informasi terkomputerisasi tentu saja perlu mengetahui apakah layanan sistem informasi yang di implementasikan berhasil atau gagal. Berbagai penelitian telah mengembangkan model untuk mengukur keefektifan atau kesuksesan sistem informasi salah satunya adalah *D&M IS Success Model* yang dikembangkan pada tahun 1992. Model ini cepat populer terbukti dari adanya 300 jurnal artikel menggunakan model ini sebagai

referensi. Pengembangan model versi 1992 ini berdasarkan kepada penelitian sistem informasi secara teoritis dan empiris yang dilakukan oleh berbagai peneliti pada tahun 1970-an dan 1980-an. Lalu pada tahun 2003, McLean dan Delone memperbaharui model versi 1992 terutama dengan memperhatikan perubahan perilaku sistem informasi yang disebabkan pertumbuhan *e-commerce* secara pasif. Dalam konteks *e-commerce*, pengguna sistem utama adalah pelanggan dan pemasok daripada pengguna internal. Proses transaksi *e-commerce* tersebut dimasukkan ke dalam enam dimensi D&M *IS Success Model* 2003 yaitu kualitas sistem (*system quality*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas layanan (*service quality*), penggunaan (*use*), kepuasan pengguna (*user satisfaction*) dan manfaat bersih (*net benefits*) [2].

Karena RTS adalah sistem berbasis *e-commerce*, maka penelitian ini mengukur kesuksesan RTS menggunakan model McLean dan DeLone versi 2003 yang juga fokus ke pengukuran sistem *e-commerce*. Berbagai penelitian telah mengukur kesuksesan RTS PT. KAI (Persero) di berbagai kota seperti Jember [1] dan Bandung [9], namun belum ada penelitian yang mengukur RTS di kota Medan. Berbagai alasan inilah ketertarikan membuat penelitian dalam bentuk tugas akhir dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Railink Ticket System (RTS) Kota Medan.**

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya dapat dirumuskan permasalahannya, yaitu:

- a. Apakah kualitas sistem berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna RTS?
- b. Apakah kualitas informasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna RTS?
- c. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna RTS?
- d. Apakah kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna?

1.3. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini antara lain:

- a. Variabel terikat adalah kepuasan pengguna RTS dengan indikator yang digunakan adalah *repeat purchases* dan *user surveys*.
- b. Variabel bebas adalah
 - Kualitas sistem dengan indikator yang digunakan yaitu *adaptability*, *availability*, *reliability*, *response time* dan *usability*.
 - Kualitas informasi dengan indikator yang digunakan yaitu *completeness*, *ease of understanding*, *personalization*, *relevance* dan *security*.
 - Kualitas layanan dengan indikator yang digunakan yaitu *assurance*, *empathy* dan *responsiveness*.
- c. Target responden adalah pengguna RTS di kota Medan seperti pengguna *ticket vending machine* di stasiun bandara, operator agen resmi, minimarket atau pengguna yang pernah menggunakan aplikasi RTS untuk pembelian tiket.
- d. Penyebaran kuesioner dilakukan pada periode Mei 2016.

1.4. Tujuan dan Manfaat

Tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui, menganalisis, dan mendapatkan bukti pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna *Railink Ticket System* (RTS).
2. Melakukan pendekatan model kesuksesan sistem informasi DeLone dan McLean secara parsial dalam mengukur kepuasan pengguna *Railink Ticket System* (RTS).

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan evaluasi kepada pengelola RTS untuk mempertahankan kepuasan pengguna.
2. Memberikan referensi bagi pembaca agar dapat mengetahui pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan pengguna *Railink Ticket System* (RTS) .