

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN
PENGGUNA TERHADAP PENERAPAN *RAIL TICKET SYSTEM* (RTS) PT
KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAERAH OPERASI VI
YOGYAKARTA**

Edi Susanto¹, *Agustini Dyah Respati²

Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana

Corresponding author: *agustini@staff.ukdw.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji keberhasilan sistem informasi akuntansi *Rail Ticket System* (RTS) pada tingkat kepuasan pengguna. *Rail Ticket System* (RTS) berkaitan dengan sistem informasi akuntansi PT KAI untuk membentuk nilai (value) melalui aktivitas utama yaitu Pemasarana & penjualan, dan Pelayanan. Aktivitas Pemasarana & penjualan, dan Pelayanan berkaitan langsung dengan pelanggan PT KAI. Kepuasan pelanggan diperoleh melalui kualitas layanan *Rail Ticket System*. Kualitas layanan meliputi aspek *tangible*, *reliability*, dan *responsiveness*. Populasi penelitian adalah penumpang Kereta Api Daerah Operasi VI Yogyakarta di stasiun Yogyakarta (Tugu) dan Stasiun Lempuyangan, karena di Stasiun Tugu dan Stasiun Lempuyangan sudah disediakan Vending Machine sebagai salah satu fasilitas pembelian tiket online dengan aplikasi *rail ticket system* (RTS). Sampel penelitian adalah penumpang Kereta Api di Daerah Operasi VI Yogyakarta pada stasiun Yogyakarta (Tugu) dan Stasiun Lempuyangan. Sample penelitian dipilih menggunakan *purposive random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan variabel *tangible* dan variabel kedua, yaitu *reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Variabel *responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

Kata Kunci: *rail ticketing system (rts), tangible, reliability, responsiveness* dan kepuasan pengguna

Abstract

This study aims to test the success of the Rail Ticket System (RTS) accounting information system on the level of user satisfaction. Rail Ticket System (RTS) is related to PT KAI's accounting information system to establish value through its main activities, namely Marketing & Sales, and Services. Marketing & sales activities, and services are directly related to PT KAI customers. Customer satisfaction is obtained through the service quality of the Rail Ticket System. Service quality includes aspects of tangible, reliability, and responsiveness. The research population is the passengers of the Yogyakarta Operational Area VI Train at Yogyakarta (Tugu) and Lempuyangan stations, because at Tugu Station and Lempuyangan Station a Vending Machine has been provided as an online ticket purchase facility with the rail ticket system (RTS) application. The research sample is train passengers in Operation Area VI Yogyakarta at Yogyakarta Station (Tugu) and Lempuyangan Station. The research sample was selected using purposive random sampling. The results showed that the tangible variable and the second variable, namely reliability, had no effect on user satisfaction. The responsiveness variable has a positive effect on user satisfaction.

Keywords: *rail ticketing system (rts), tangible, reliability, responsiveness* and user satisfaction

Pendahuluan

Peran transportasi sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat sebagai penghubung bagi berjalannya kehidupan ekonomi, sosial budaya dan politik. Oleh karena itu kebutuhan akan transportasi umum di Indonesia merupakan unsur utama terwujudnya penyelenggaraan transportasi yang andal. Tidak hanya di dukung dengan tersedianya infrastruktur yang semakin luas, namun juga dengan pengembangan layanan yang semakin cepat dan tepat. PT KAI sudah menerapkan teknologi informasi untuk dalam tata kelola, dan pengembangan berbagai inovasi dalam bidang pelayanan sehingga meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Pada awal tahun 2018 PT Kereta Api Indonesia (Persero) meraih penghargaan The Best IT Data Governance dan The Best IT Data Network untuk kategori lembaga negara. Pada kesempatan tersebut, Direktur Utama KAI, Bapak Edi Sukmoro juga meraih penghargaan sebagai The Best CEO 2018.

Penghargaan Data Gov AI Award 2018 adalah penghargaan yang diberikan kepada dunia usaha serta institusi yang sukses menerapkan Tata Kelola Teknologi Informasi, termasuk transformasi teknologi data menghadapi disrupsi digital dan era ledakan data. Penerapan teknologi informasi terus dikembangkan PT. Kereta Api Indonesia (persero) untuk meningkatkan akses pelayanan yang lebih baik kepada pengguna jasa atau pelanggan. Untuk menunjang kinerja perusahaan dalam memberikan pelayanan prima, salah satu pengembangannya yaitu bidang Teknologi Informasi (TI). PT. KAI (Persero) dalam *Road Map Pengembangan TI* menjelaskan rencana pembangunan infrastruktur TI dalam jangka waktu lima tahun dimulai dari tahun 2010 hingga 2015. Seperti yang telah dijelaskan pada Horison I Fase Dasar (*Baselin Phase*), Bulan November 2011, PT Kereta Api Indonesia (persero) meluncurkan sistem informasi *ticketing* yang bernama *Rail Ticketing System (RTS)*.

Aplikasi ini termasuk sistem informasi akuntansi (SIA) untuk mendukung penyediaan informasi penjualan tiket Kereta Api yang terintegrasi dan terpusat dalam sebuah server melalui jaringan internet. Dengan demikian melalui aplikasi RTS, sistem informasi akuntansi dapat mendukung manajemen PT KAI dalam mengambil keputusan (*decision support system*). Manfaat penerapan sistem informasi akuntansi dalam aplikasi RTS, Manajemen segera melihat jumlah tiket yang terjual, tujuan perjalanan yang kehabisan tiket, sehingga manajemen juga dapat mengetahui apakah jumlah tiket yang terjual sudah melampaui *break even point*. Sebagaimana disebutkan Marshall (2012) penerapan SIA dapat menambah nilai bagi perusahaan, termasuk bagi PT KAI, antara lain pertama, meningkatkan kualitas dan mengurangi biaya produk atau jasa.

Dengan penerapan sistem informasi PT KAI dapat menyediakan layanan pembelian tiket dengan lebih baik, mengurangi antrian, dan kemudahan lain yang dinikmati pembeli tiket. Kedua, meningkatkan efisiensi. Adanya *vending machine* PT KAI dapat mencapai efisiensi biaya sumber daya manusia. Ketiga, meningkatkan pengambilan keputusan, sistem informasi akuntansi dalam RTS mampu menyediakan data real time untuk pengambilan keputusan manajemen. Penerapan suatu sistem dalam perusahaan dihadapkan kepada dua hal, apakah perusahaan mendapatkan keberhasilan penerapan sistem atau kegagalan sistem (Aprilia, 2009).

Penerapan teknologi informasi terus dikembangkan oleh PT KAI dengan menyediakan fasilitas *vending machine* di stasiun untuk mempermudah masyarakat dalam mendapatkan tiket kereta api dan mengurangi antrian panjang di stasiun yang mengakibatkan ketidaknyamanan pengguna jasa kereta api. PT KAI memfasilitasi pembelian tiket kereta api melalui banyak channel reservasi dan berbagai pilihan cara pembayaran. Calon penumpang dapat melakukan reservasi dan pembayaran tiket kapan saja (*anytime*), dimana saja (*anywhere*), dengan media apa saja (*anydevice*). Pelayanan kepada pelanggan oleh PT KAI bukan hanya didukung dengan penerapan teknologi informasi yang modern saja namun juga adanya kualitas

pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Oleh karena itu, peneliti mengadopsi model keberhasilan sistem informasi (*Information System Success*) yang dikembangkan oleh DeLone & McLean (2003). Dalam modelnya ditunjukkan faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna system antara lain kualitas informasi, kualitas sisten dan kualitas layanan. Dalam penelitian ini yang diperhatikan adalah kualitas layanan PT KAI kepada pelanggan dalam membeli tiket, melalui RTS. Kualitas layanan mencakup aspek tangible, reliability dan responsiveness (Parasuraman, 1998).

Ketiga dimensi kualitas layanan sistem informasi RTS tersebut diteliti pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa Kereta Api. Tujuan penelitian untuk menguji kepuasan pelanggan PT KAI atas faktor-faktor kualitas layanan RTS. Manfaat penelitian, khususnya bagi PT KAI adalah adanya informasi kepuasan pengguna TRS. Selanjutnya hasil penelitian dapat memberikan kontribusi berupa masukan berkaitan dengan penerapan RTS dalam melayani pembelian tiket. Penelitian dilakukan di wilayah PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta melingkupi wilayah Stasiun Yogyakarta (Stasiun Tugu) dan Stasiun Lempuyangan, topik analisis keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi pada *Rail Ticket System* (RTS) PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VI Yogyakarta.

Tinjauan Literatur

Rail Ticket System (RTS)

Awal berdirinya PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dari masa pemerintahan Hindia Belanda, Berdasarkan perjanjian damai Konfrensi Meja Bundar (KMB). Desember 1949, dilaksanakan pengambilalihan aset-aset milik pemerintah Hindia Belanda. Pengalihan dalam bentuk penggabungan antara DKARI dan SS/VS menjadi Djawatan Kereta Api (DKA) tahun 1950. Pada tanggal 25 Mei DKA berganti menjadi Perusahaan Negara Kereta Api (PNKA). Pada tahun tersebut mulai diperkenalkan juga lambang Wahana Daya Pertiwi yang mencerminkan transformasi Perkeretaapian Indonesia sebagai sarana transportasi andalan guna mewujudkan kesejahteraan bangsa tanah air. Selanjutnya pemerintah mengubah struktur PNKA menjadi Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA) tahun 1971.

Dalam rangka meningkatkan pelayanan jasa angkutan, PJKA berubah bentuk menjadi Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka) tahun 1991. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 1998 Tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Umum Kereta Api menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) mengubah perusahaan umum kereta api menjadi perusahaan perseroan. Pada tahun 2011 nama perusahaan PT. Kereta Api (Persero) berubah menjadi PT. kereta Api Indonesia (Persero) dengan meluncurkan logo baru (<https://heritage.kai.id/page/sejarah-perkeretaapian>). Pemerintah ingin menunjukkan kepeduliannya dalam mengedepankan pelayanan pada penumpang dan pengguna jasa kereta api seperti yang ditunjukkan dengan pengaturan tiket dalam Undang – Undang Nomor 23 Tahun 2007 Tentang Perkeretaapian.

Di Tahun 2014, merupakan fase penting sebagai landasan awal bagi pelaksanaannya. Rencana Jangka Panjang Perusahaan (RJPP) 2014 – 2018 PT. Kereta Api Indonesia telah mencanangkan pencapaian pendapatansebesar Rp.22,5 triliun, mengangkut 478,08 juta penumpang dan 81,3 juta ton barang (Winda et al,*e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* : 2014). Selanjutnya pada tahun 2015, untuk meningkatkan PT. Kereta Api Indonesia berharap dalam proses pembelian tiket kereta api masyarakat beralih pada layanan online dan mulai meninggalkan cara konvensional. Untuk meningkatkan pelayanan, pihak perseroan terus berinovasi mendayagunakan teknologi informasi dengan memberi kemudahan bagi pelanggan dalam mendapatkan tiket serta meningkatkan pelayanan bagi penumpang, baik pada saat sebelum perjalanan, selama perjalanan dan pasca perjalanannya. Penyempurnaan peningkatan pelayanan mencakup pengembangan sistem ticketing baru *Rail Tickets System* (RTS) dengan menggunakan platform teknologi informasi berbasis web, menyediakan *Contact Center* 121 (CC 121) yang dapat memberikan

pelayanan terpadu mencakup penanganan keluhan, penyediaan informasi dan pemesanan tiket.

Inovasi terbaru pemesanan tiket adalah penyediaan *vending machine* (e- kios) untuk pembelian tiket secara mandiri dengan pembayaran tunai maupun kartu debit atau kredit (<https://www.tiketkai.com/blog/panduan-pembayaran-tiketkai/>). *Rail Tickets System (RTS)* adalah sistem yang dirancang oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai aplikasi *pembackup* semua data milik PT. KAI baik itu data pegawai, data keuangan perusahaan, data manifes penumpang kereta api dengan melalui RTS PT.KAI memberikan kemudahan bagi penumpang untuk mendapatkan tiket kereta api dengan tiket online. Tujuan utama RTS untuk meningkatkan pelayanan dan penyajian sistem informasi yang merupakan bentuk pengembangan teknologi informasi yang diakomodasikan untuk memberikan akses pelayanan pelanggan yang lebih baik. Selain itu, tiket bisa dipesan jauh sebelum hari keberangkatan yaitu hingga H-90, sehingga kekecewaan masyarakat karena kehabisan tiket diharapkan tidak terjadi lagi. Libih lanjut Lomn (2014) menekankan tujuan RTS antara lain untuk menambah variasi pelayanan, keamanan, dan efisiensi serta ehfektivitas pelayanan.

Dengan adanya tiket *online* berbasis *rail ticketing system* ini, masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan tiket kereta api, 24 jam dalam satu hari dan 7 hari dalam satu minggu, dimanapun dan kapanpun. Untuk Sistem pembelian tiket kereta api secara online dapat dilakukan dengan aplikasi Rail Ticketing System (RTS) contohnya seperti membeli melalui website resmi KAI yaitu www.kereta-api.co.id, mengunduh pada telepon pintar dengan pilihan beberapa aplikasi yang disediakan seperti KAI Access, tiketkai atau kanal e-commerce penjualan tiket yang telah bekerjasama dengan KAI, pembelian di *vending machine* atau dapat juga melalui mitra PT.KAI seperti Indomaret, Alfamaret, dan traveloka (<https://travel.kompas.com/read/2020/06/11/132000427/mau-naik-kereta-api-ini-cara-beli-tiket-ka-offline-dan-online?page=all>).

Peningkatan pelayanan dan kemudahan pemesanan tiket kereta api yang di kembangkan tersebut merupakan salah satu bentuk pelayanan yang diberikan oleh PT. Kereta Api kepada pelanggan, dimana pelanggan dapat memesan tiket kereta api sebelum hari keberangkatan. PT. Kereta Api Indonesia terus melakukan berbagai inovasi dengan memberikan kemudahan, kenyamanan dan pengalaman terbaik bagi para pengguna jasa kereta api hal ini bertujuan untuk meningkatkan pelayanan publik, khusus pelanggan.

Sistem Informasi Akuntansi

Sistem Informasi Akuntansi merupakan salah satu bagian penting penghasil informasi dalam pengambilan keputusan dan menilai keberhasilan suatu rencana pengembangan. Sistem merupakan rangkaian bagian-bagian yang saling berhubungan dan saling berpengaruh satu sama lain yang dikoordinasikan untuk melaksanakan seperangkat tujuan tertentu (Bodnar, 2006). Sementara bagian-bagian sistem meliputi tujuan, masukan, proses, keluaran, batas, mekanisme pengendalian dan umpan balik serta lingkungan. Selanjutnya menurut Bodnar, (2006). informasi adalah data yang telah diorganisasi, dan telah memiliki kegunaan atau manfaat. Informasi harus memiliki kualitas atau karakteristik seperti relevan, dapat dipercaya, lengkap, tepat waktu, mudah dipahami dan dapat diuji kebenarannya. Akuntansi merupakan proses mengidentifikasi, mengukur, dan melaporkan, informasi ekonomi untuk memungkinkan adanya penilaian dan keputusan yang jelas dan tegas bagi mereka yang menggunakan informasi tersebut (Nuri, 2010).

Selanjutnya, menurut Bodnar, (2006). sistem informasi akuntansi adalah sebuah sistem yang memproses data dan transaksi guna menghasilkan informasi yang bermanfaat untuk merencanakan, mengendalikan, dan mengoperasikan bisnis. Samiaji Sarosa (2009: 13) menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi adalah suatu sistem yang mengumpulkan, mencatat, menyimpan dan memproses data sehingga

menghasilkan informasi yang berguna dalam membuat keputusan. Sistem informasi akuntansi bisa berupa kertas dan alat tulis (manual) maupun terkomputerisasi penuh (serba otomatis) atau kondisi diantara keduanya (gabungan manual dan komputerisasi) teknologi hanyalah alat untuk menyusun, memelihara, ataupun menyempurnakan sistem.

Menurut Bodnar & Hapwood (2006) dan Mulyadi (2008) Sistem informasi akuntansi merupakan sistem berbasis komputer yang dirancang untuk mentransformasikan data akuntansi menjadi informasi, yang mencakup siklus pemrosesan transaksi, penggunaan teknologi informasi, dan pengembangan sistem informasi. Sistem informasi akuntansi memiliki beberapa unsur yaitu pelaku (orang), prosedur, dan perangkat lunak atau *software* (Aprilia, 2010). Sistem informasi akuntansi yang didesain dengan baik dapat menambah nilai (*value*) organisasi dengan meningkatkan efisiensi dan efektivitas rantai pasokan; serta berperan dalam rantai nilai (*value chain*) melalui aktivitas utama seperti Pemasaran dan penjualan, dan Pelayanan (Marshall, 2012). Dengan demikian SIA memiliki kaitan erat dengan pelayanan pada pelanggan.

Pelayanan Pelanggan atau *Service Quality*

Pelayanan pelanggan atau *Service quality* menjadi suatu keharusan bagi perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan konsumen. *Service quality* merupakan pemenuhan dari harapan konsumen atau kebutuhan konsumen yang membandingkan antara hasil dengan harapan dan menentukan apakah konsumen sudah menerima layanan yang berkualitas Tjiptono (2005). *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. *Service quality* menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Apabila layanan atau jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk. Kualitas layanan ditentukan oleh pelaksanaan dari dimensi.

Dimensi kualitas layanan menurut Parasuraman (1998) meliputi *Tangible*, *Reliability* dan *Responsiveness*. *Tangible* (fasilitas fisik) adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan (Parasuraman, 1998). *Tangibles* merupakan bukti langsung layanan perusahaan. Dimensi kedua adalah *reliability*. *Reliability* adalah kondisi dari setiap pegawai memiliki kemampuan yang handal, mengetahui mengenai seluk beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan, mengarahkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi dampak positif atas pelayanan tersebut (Parasuraman (1998).

Dimensi kehandalan (*reliability*) dalam indikator kualitas pelayanan merupakan hal penting dan vital bagi perusahaan dalam menunjukkan kinerjanya karena kehandalan merupakan bentuk ciri khas atau karakteristik dari pegawai yang memiliki prestasi kerja tinggi. Dimensi ketiga adalah *responsiveness*. *Responsiveness* yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Tanggap disini dapat diartikan bagaimana bentuk respon perusahaan terhadap segala hal-hal yang berhubungan dengan konsumen Tjiptono (2008). Respon yang dimaksud sebaik-baiknya cara perusahaan dalam menerima entah itu permintaan, keluhan, saran, kritik, complain, dan sebagainya atas produk atau bahkan pelayanan yang diterima oleh konsumen. *Responsiveness* memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala

bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi sebagai bentuk respon positif (Parasuraman, 1998).

Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikarenakan dengan memuaskan konsumen, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan (*profit*) dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Kotler (2010), menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan pengguna merupakan perbedaan antar yang diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha memenuhi harapan konsumen.

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan. Tjiptono, (2008) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah dasar evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pengguna, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kotler (2010) menyatakan bahwa kepuasan pengguna adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli bisa didefinisi kepuasan pengguna adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pengguna dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pengguna akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pengguna akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pengguna akan sangat puas.

Metode Penelitian

Data

Data penelitian yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber data. Sumber data penelitian ini adalah para responden, yaitu pelanggan kereta api di Daop VI Yogyakarta. Data tersebut meliputi pendapat responden tentang variable tangible, reliability, responsiveness dan kepuasan pengguna RTS PT Kereta Api (Persero) Daop VI Yogyakarta, melalui kuesioner.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sekaran, 2013). Kuesioner berisi 16 pertanyaan untuk empat variabel, yaitu 4 butir pertanyaan tentang kepuasan pengguna, 4 butir pertanyaan tentang Tangible, 4 butir pertanyaan tentang Reliability, dan 4 butir pertanyaan tentang Responsiveness. Jawaban responden diukur menggunakan skala likert. Untuk jawaban atas setiap pertanyaan disediakan 5 kolom alternatif. Alternatif jawaban dan skor jawaban pada setiap kolom adalah: Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1, Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2, Kurang Setuju (KS) diberi nilai 3, Setuju (S) diberi nilai 4, dan Sangat Setuju (SS) diberi nilai 5. Pengambilan data penelitian dilakukan di stasiun Yogyakarta (Tugu) dan stasiun Lempuyangan di Wilayah Daop VI Yogyakarta pada periode bulan Oktober – awal Desember 2019. Kuesioner diberikan

secara langsung kepada calon responden dengan menanyakan apakah penumpang yang bersangkutan membeli tiket melalui RTS.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah penumpang Kereta Api di stasiun Tugu dan stasiun Lempuyangan di wilayah Daop VI Yogyakarta. Di kedua stasiun tersebut sudah terdapat vending machine RTS untuk membeli tiket Kereta Api. Sampel penelitian dipilih dengan metoda purposive random sampling. Pertimbangan pemilihan yang digunakan adalah penumpang Kereta Api yang membeli tiket melalui aplikasi RTS. Jumlah responden mencapai 100 orang dari batas minimum 96 responden dengan perhitungan rumus Paul Leedy (Arikunto, 2012:179).

Metode Analisis Data

Metode analisis data untuk mengukur keberhasilan sistem informasi akuntansi pada Rail Ticket System (RTS) melalui variable tangible, reliability, responsiveness dan kepuasan pengguna. Analisis data penelitian dilakukan dengan bantuan alat analisis analisis regresi linear berganda. Rumus regresi linear berganda mengacu rumus yang dikelukakan Ghazali (2016), dengan persamaan:

$$KP = a + bTan + cRel + dRes + e$$

Keterangan:

KP : Kepuasan Pengguna

a : konstanta

b, c, d : koefisien regresi variable tangible, reliability, responsiveness.

Tan : variable tangible

Rel : variabel reliability

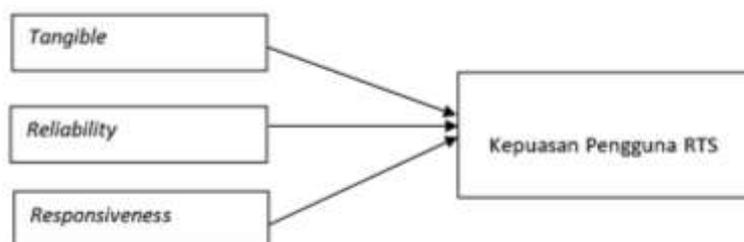
Res : variabel responsiveness

e : error

Pemodelan

Pemodelan untuk menggambarkan kerangka penelitian dinyatakan pada Gambar 1 berikut:

Gambar 1. Model Penelitian



Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

Variabel dependen penelitian meliputi *tangible*, *reliability* dan *responsiveness*, sedangkan independennya adalah kepuasan pelanggan-

Tangible

Tangible adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima

oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan (Parasuraman, 1998:32). Variabel *tangible* diukur dengan menggunakan instrumen yang digunakan Parasuraman (1998) yang mencakup fasilitas fisik yang mudah ditemukan, perlengkapan dan peralatan yang memadai, kenyamanan tempat pelayanan dan kemudahan dalam proses pelayanan.

Reliability

Reliability adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya (Kotler,2010). Pelayanan harus sesuai dengan harapan konsumen yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi (Lupiyoadi dan Hamdani 2009). Kemampuan memberikan pelayanan melalui sistem seperti pencarian *time table* dan sistem pemesanan yang dapat dilakukan pada web atau di jaringan online. Variabel *reliability* diukur dengan instrumen yang dari Parasuraman (1998) yang meliputi memberikan pelayanan sesuai janji, memberikan pelayanan yang sama kepada konsumen, dan memberikan pelayanan tepat waktu.

Ressponsiveness

Ressponsiveness adalah keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap (Tjiptono, 2008). Tanggap mengindikasikan bagaimana bentuk respon perusahaan terhadap segala hal-hal yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan respon yang merupakan tanggapan nyata perusahaan terhadap permintaan, keluhan, saran, kritik, complain, dan sebagainya atas produk atau bahkan pelayanan yang diterima oleh konsumen. Variabel *responsiveness* diukur dengan instrumen yang dikemukakan Parasuraman (1998) dan Tjiptono (2005) yang meliputi kesediaan membantu konsumen, kerelaan untuk membantu / menolong konsumen, siap dan tanggap untuk menangani respon permintaan dari para konsumen, dan menanggapi masalah yang memerlukan penanganan cepat.

Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna memiliki peran penting dalam mencapai keberhasilan usaha. Perusahaan yang mampu memberikan kepuasan kepada konsumen memiliki potensi meningkatkan pendapatan (*profit*) dan pangsa pasar. Kotler (2010), menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dengan demikian kepuasan pengguna merupakan perbedaan antara hal yang diharapkan pengguna (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan dalam usaha memenuhi harapan. Variabel kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan indikator yang dikemukakan Parasuraman (1998), yaitu pengalaman sesuai dengan harapan konsumen, kesediaan untuk merekomendasi, memberi rasa puas kepada konsumen, dan kualitas layanan yang baik.

Hasil Analisis dan Pembahasan

Analisis diawali dengan penyajian uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas untuk kesioner penelitian yang mencakup 16 pertanyaan dari empat variabel. Hasil uji validitas, dengan menggunakan SPSS 23 dirangkum pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Uji Validitas

No	Indikator Variabel	r _{tabel}	r _{hitung} (<i>Corrected Item Total Correlation</i>)	Keterangan Valid/Tidak Valid
Tangible				
1	TA_1	0,168	0,771	Valid
2	TA_2	0,168	0,696	Valid
3	TA_3	0,168	0,720	Valid
4	TA_4	0,168	0,789	Valid
Realiabel				
1	RE_1	0,168	0,845	Valid
2	RE_2	0,168	0,863	Valid
3	RE_3	0,168	0,577	Valid
4	RE_4	0,168	0,625	Valid
Responsivess				
1	RES_1	0,168	0,845	Valid
2	RES_2	0,168	0,863	Valid
3	RES_3	0,168	0,577	Valid
4	RES_4	0,168	0,625	Valid
Kepuasan Pelanggan				
1	KP_1	0,168	0,654	Valid
2	KP_2	0,168	0,645	Valid
3	KP_3	0,168	0,411	Valid
4	KP_4	0,168	0,492	Valid

Sumber: Data Diolah (2021)

Tabel 1 menunjukkan semua pertanyaan pada variabel *tangible* (TA), *reliability* (RE), *responsiveness* (RES) dan kepuasan pengguna (KP) memiliki angka r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan demikian semua butir pertanyaan dari variabel *tangible*, *realiabel*, *responsiveness* dan kepuasan pelanggan dapat dikatakan valid. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur keabsahan yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2014:47). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*(α) >0,60. Hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Tangible</i>	0,731	Reliabel
<i>Reability</i>	0,636	Reliabel
<i>Responsiviness</i>	0,721	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,641	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2021)

Tabel 2 menunjukkan nilai *Cronbach's alpha* setiap variable lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu variable yaitu *tangible*, *reability*, *responsiveness* dan kepuasan pelanggan.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif atas jawaban responden terhadap masing-masing indikator variabel disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Statistik Deskriptif

No	Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
1	<i>Tangible</i>	100	7	20	16,11	2,733
2	<i>Reability</i>	100	7	20	16,00	2,632
3	<i>Responsivines</i>	100	6	20	15,76	2,857
4	Kepuasan Pengguna	100	6	20	15,57	3,036

Sumber: Data Diolah (2021)

Uji Hipotesis

Hasil analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel *tangible*, *reability*, *responsiviness* terhadap variabel kepuasan pengguna dan uji hipotesis penelitian dirangkum pada Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi

Variabel	Koefisien B	t _{hitung}	Probabilitas
Kepuasan pengguna	.725	.647	.519
<i>Tangible</i>	.010	.089	.929
<i>Reliability</i>	.170	1.397	.166
<i>Responsiveness</i>	.759	8.686	.000***
Keterangan:***signifikan pada level 1%			

Sumber: Data Diolah (2021)

Variabel *tangible* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.10 dan nilai signifikansi sebesar 0.929. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan variabel *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna tidak didukung secara statistik. Hasil pengujian membuktikan bahwa variabel *tangible* (bukti fisik) tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Rail Ticketing System*. Hal ini menunjukkan variabel *tangible* seperti prosedur seperti *Vending machine* yang mudah untuk ditemukan di stasiun tidak berperan dalam memberikan kepuasan para pengguna RTSHal ini disebabkan oleh banyaknya cara pembelian tiket selain melalui *vending machine* contohnya seperti membeli tiket melalui situs resmi PT.KAI, Indomaret, Alfamart atau Traveloka karena membeli melalui opsi lain lebih memudahkan dalam pembelian tiket dan tanpa perlu repot-repot pergi ke stasiun. Cakupan aplikasi *Rail Ticketing System* ini sangatlah besar dan banyak pilihan cara pembelian tiket. Temuan ini tidak sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Luqman (2014) membuktikan bahwa aspek fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Apabila pelayanan memiliki aspek fisik yang bagus, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Variabel *reability* nilai signifikansi sebesar 0,166 sehingga hipotesis yang menyatakan variabel *Reliability* berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna tidak didukung secara statistik. *Reliability* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Rail Ticketing System*. Pada saat pengguna jasa melakukan pembelian tiket melalui *vending machine* sering mengalami lag atau gangguan jaringan pada saat melakukan input data. Hal tersebut membuat proses pembelian tiket menjadi terhambat sehingga dapat

menyebabkan pengguna merasa kurang puas. Hasil ini juga tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Luqman (2014) dan Agus Widodo, Honorata Ratnawati Dwi Putranti dan Nurchayati (2016) yang menyimpulkan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

Pengaruh *Responsiviness* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel *responsiviness* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menyatakan bahwa variabel *Responsiviness* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan didukung secara statistis. Selanjutnya, hasil pengujian membuktikan variabel *responsiviness* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna RTS dari PT KAI khususnya Daop VI Yogyakarta.. Pada saat pengguna ingin membatalkan keberangkatan tiket pengguna cukup melalui aplikasi *Rail Ticket system* pengguna dapat membatalkan keberangkatan. Untuk pembatalan tiket kereta api pengguna akan mendapatkan kembali uang 100%. Proses pengembalian uang bisa melalui transfer bank atau langsung datang ke stasiun terdekat. Pengembalian uang melalui transfer memakan waktu proses 1x24 jam dan paling lama 3x24 jam.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Winda (2014) yang meneliti pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiviness* dan *empaty* terhadap kepuasan konsumen *rail ticketing system* (RTS) kepuasan pengguna, dan kesimpulannya adalah variabel *responsiveness* (tanggapan) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil di atas menunjukkan bahwa variabel *reponsiveness* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Rail Ticketing System* (RTS). Variabel *responsiveness* mengindikasikan PT KAI memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Kepuasan pengguna terhadap RTS juga menunjukkan keberhasilan penerapan sistem informasi akuntansinya. Sebab, bagi seorang calon penumpang kereta api, proses pembelian tiket dan kemudahan mendapatkan tiket adalah hal yang sangat utama untuk kelancaran perjalanannya dengan transportasi kereta api.

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian menunjukkan variabel *tangible* dan *reliability* tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan PT KAI Daop VI Yogyakarta. Kesimpulan selanjutnya menyatakan bahwa variabel *responsiveness* terbukti berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan PT KAI yang menggunakan layanan RTS. Kesimpulan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan PT KAI merasa puas dengan layanan pembelian tiket melalui RTS. Pengguna merasa puas dengan aplikasi *Rail Ticket system*. Dengan membeli tiket melalui aplikasi *Rail Ticket Sistem*, penumpang dapat membatalkan tiket dengan proses yang cepat dan pengembalian uang juga tidak memakan waktu lama.

Dengan adanya kepuasan pelanggan maka dapat dikatakan penerapan RTS yang merupakan bentuk SIA berarti juga memberikan kontribusi bagi pembentukan rantai nilai PT KAI dalam hal pelayanan kepada penumpang. Keterbatasan penelitian terletak pada kajian kepuasan pelanggan atas penerapan RTS baru dari sisi aktivitas utama rantai pasokan Pelayanan pelanggan. Selanjutnya, kesimpulan tersebut memberikan implikasi teoritik atas implementasi dimensi kualitas layanan yang dikemukakan Parasuraman dalam memberikan kepuasan pelanggan. Implikasi kebijakan, khususnya bagi Manajemen PT KAI Daop VI Yogyakarta adalah mempertahankan dan meningkatkan tanggapan atau respon atas semua keluhan atau masukan dari pengguna, serta melakukan evaluasi atas variabel *tangible* dan *reliability*.

Referensi

- Agus Widodo, Honorata Ratnawati Dwi Putranti dan Nurchayati, (2016), Kualitas sistem aplikasi, Kemudahan Penggunaan, Kecepatan Akses, Reliability, Fleksibilitas, Keamanan terhadap kepuasan pengguna sistem aplikasi rts, *Media ekonomi dan manajemen*, (31), 2.
- Aprilia Rahmayanti, (2010), Penerapan Sistem Akuntansi. *Jurnal Akuntansi*, (2), 1, 22-29.
- Bodnar, George H & Hopwood, William S. (2006), *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Delone and Mclean, (2003), The Delone and Mclean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of management Information Systems*. (19), 4, 9-30.
- Ghozali, Imam, (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate*, edisi 8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hall, (2009), *Accounting Information System*, Jakarta: Salemba empat.
- Ike Cyntia Octanaqi Siagian, (2014), *Efektifitas Tiket Online Berbasis Rail Ticket System (RTS) di PT. Kereta Api Indonesia (persero) Daerah Operasi 8 Stasiun Besar Surabaya: Gubeng*.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/publika/article/view/7747/8103> di akses pada April 2020.
- Indra Bastian, (2006), *Akuntansi Sektor Publik Suatu Pengantar*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran*. (Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Terjemahan. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Lomn, (2014), *Kereta Api Indonesia*. Jakarta: PT Media suara Shakti.
- Lupiyoadi, Rambat. Hamdani, A. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Luqman, (2014), Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, kualitas layanan terhadap Aplikasi Rail Ticket system (RTS) Kepuasan Pengguna Sistem, *e-Proceeding of management*, (2), 1, 555-565.
- Marshall B. Rommey, dan Paul John Steinbart, (2012), *Sisten Informasi Akuntansi*, Jakarta: Salemba Empat
- Mulyadi, (2008), *Sistem Akuntansi*. Edisi Keempat, Jakarta: Salemba Empat.
- Nuri, (2010), Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal Akuntansi*, (2), 2, 14-23.
- Parasuraman, A. Zeithaml., Valerie, A., Berry, Leonard L. (1988). *Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*. Vol. 64 No.1. hal. 12-40.
- Sekaran, Uma and Bougie, Roger. (2013). *Research Method for Business*, Singapore: John Wiley.
- Samiaji Sarosa, (2009), *Sistem Informasi Akuntansi*, Jakarta: Grasindo.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi II Cetakan Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Winda Septianita. Wahyu Agung Winarno. Alfi Arif. (2014), *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan Rail Ticket System (RTS) Terhadap Kepuasan Pengguna*

Laman:

https://kai.id/information/full_news/1807-kai-raih-penghargaan-di-bidang-teknologi-informasi

<https://money.kompas.com/read/2015/03/14/234700626/Permudah.Pelanggan.PT.KAI.Luncurkan.Mesin.Penjual.Tiket.Otomatis?page=all>

https://kai.id/information/full_news/1807-kai-raih-penghargaan-di-bidang-teknologi-informasi.

<https://monstermac.id/vending-machine-tiket-kereta/>

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2016/07/01/inilah-resep-keberhasilan-it-perkeretaapian-indonesia>

<https://heritage.kai.id/page/sejarah-perkeretapian>

Lampiran Kuesioner

Identitas Responden

Nama (Boleh tidak diisi)

Umur : ≤ 20 >20-30 >30-40 > 40-50

>50

Jenis Kelamin : Wanita Laki-laki

Pendidikan Terakhir : SMP SMA D3 S1 S2 & S3

Pekerjaan : Pelajar Mahasiswa Pegawai negeri

Pegawai Swasta Pedagang Lainnya

Petunjuk Pengisian

Jawablah seluruh pertanyaan di bawah ini dengan memberi tanda (✓) pada setiap kolom jawaban.

Ket :

- Sangat Setuju (SS) Setuju (S) Kurang Setuju (KS) Tidak Setuju (TS)
- Sangat Tidak Setuju (STS)

Penjelasan singkat tentang Rail Ticket sytem (RTS):

Rail Ticket sytem (RTS) adalah sebuah aplikasi untuk pembelian tiket kereta api melalui mesin Elektronik kios (E-kiosk).

No	Tangibles	SS	S	KS	TS	STS
1	Mesin RTS mudah ditemukan di stasiun kereta api Daerah Operasi IV Yogyakarta					
2	Saya dapat menggunakan RTS dengan mudah					
3	Pembelian tiket kereta api melalui RTS tidak perlu waktu lama					
4	Mesin RTS yang tersedia di stasiun kereta api lebih dari satu					

No	Reliabilitas	SS	S	KS	TS	STS
1	Prosedur pembelian tiket dengan RTS mudah untuk diikuti					
2	Proses pembelian tiket di RTS tidak membutuhkan waktu lama					
3	Selama saya menggunakan RTS saya selalu mendapatkan tiket					
4	Ada beberapa pilihan cara pembayaran tiket di RTS					

No	Responsivitas	SS	S	KS	TS	STS
1	Pembatalan tiket dapat dilakukan melalui RTS					
2	Setiap membeli tiket di RTS saya selalu mendapatkan struk pembelian yang memuat kode booking tiket					
3	Jika salah memesan tiket di RTS, saya dapat menggulang prosedur pemesanan tiket					
4	Pembelian tiket melalui RTS bisa lebih dari satu tiket (maksimum empat tiket)					

No	Kepuasan Pengguna	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa puas membeli tiket di RTS					
2	Saya akan selalu membeli tiket melalui RTS					
3	Saya salalu mendapatkan informasi tentang ketersediaan tempat duduk					
4	Prosedur pembelian tiket di RTS sudah sesuai harapan saya					