

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

menurut dokumentasi dari DITJEN perhubungan pada tahun 2009 sampai 2012 angka kenaikan kendaraan bermotor bertumbuh sebesar 10%, hal ini merupakan salah satu penyebab kemacetan di Jakarta, dari hal tersebut penulis berpikir kenapa banyak masyarakat Jakarta lebih menggunakan kendaraan pribadi dari pada menggunakan angkutan umum di Jakarta. dan salah satu masalah yang dipikirkan oleh penulis adalah kurangnya tingkat kepuasan masyarakat terhadap layanan angkutan umum yang ada di Jakarta. dan penulis menjabarkan beberapa hal-hal yang membuat menurunkan tingkat kepuasan berkurang. menurut Kotler (Kotler, 1996) dalam manajemen pemasaran ada lima faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan konsumen

A. Kualitas produk

Dalam hal metromini yang dimaksud adalah kenyamanan seorang penumpang saat menggunakan metromini.

B. Kualitas pelayanan

Pelayanan dalam hal ini, yang maksud adalah fasilitas yang dapat membantu seorang calon penumpang menjadi penumpang Metromini.

C. Emosional

Yang dimaksud emosional adalah apakah produk dapat meningkatkan nilai sosial pengonsumsi jasa ketika dia menggunakan jasa tersebut.

D. Harga

Ada harga ada barang, begitulah maksud dari point ini dimana pelanggan akan merasa puas apa bila apa yang dibayar sesuai dengan apa yang diterima.

E. Biaya

Biaya pada point ini adalah haruskah kostumer membayar biaya tambahan ataupun biaya

waktu untuk mendapatkan jasa / produk yang diinginkan. pada point pertama kualitas produk metromini bisa dibilang kurang memikirkan kualitas produknya dapat dilihat dari ketika penulis mencoba menaiki metromini, panas dan tempat duduk penumpang tidak begitu nyaman. dalam hal ini penulis tidak dapat menemukan masalah yang dapat diselesaikan. pada point kedua, kualitas pelayanan ketika penulis melakukan metode ghost shopping, pada saat itu penulis tidak mengetahui trayek Metromini dan menemukan beberapa Metromini untuk dinaiki tapi tidak tahu kemana Metromini menuju setelah mengikuti barulah didapat informasi tentang trayek metromini 92 tersebut informasi itu terdapat pada terminal stasiun grogol dan di beberapa halte disekitar daerah terminal Grogol selebihnya tidak ada. selain itu sarana halte yang disediakan untuk menunggu juga sudah mengalami beberapa kerusakan seperti tidak adanya atap ataupun tempat duduknya rusak. disini ada dua hal yang menjadi masalah sorang penumpang Metromini yang pertama adalah informasi trayek yang hanya ada disekitar stasiun

grogol sementara untuk daerah yang lainnya tidak ada dan untuk seorang penumpang yang ingin menunggu tidak tahu dimana halte jika ingin menunggu dan apakah halte tersebut bisa digunakan atau tidak. sementara untuk harga metromini dikenakan tarif tetap jauh dekat maksimalnya Rp. 5000. untuk calon penumpang yang baru pertama kali mungkin tidak mengetahui berapa tarifnya. sementara untuk emosional Metromini tidak memberikan efek sosial terhadap penggunaanya karena target konsumen metromini adalah kalangan menengah ke bawah. sementara untuk biaya tidak ada biaya tambahan untuk menggunakan jasa tersebut. namun untuk biaya waktu ketika penulis melakukan *ghost shopping* pada maksimal menunggu

penulis adalah 18 menit pada Metromini 92 dan untuk Metromini 80 adalah 12 menit. untuk point ini masalahnya adalah biaya waktu yang dibutuhkan untuk Metromini mencapai tempat kita menunggu kira-kira kapan, masih tidak jelas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ditulis di subbab sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini antaran lain adalah:

- a. Bagaimana cara mempublikasikan informasi trayek?
- b. Bagaimana cara mengurangi biaya waktu yang dibebankan pengguna Metromini?
- c. Bagaimana presentase kesuksesan prediksi?

1.3 Batasan Masalah

Agar dalam melakukan penelitian lebih mudah dan terarah penelitian ini dibatasi dengan beberapa hal sebagai berikut :

- a. Pengembangan program yang digunakan untuk simulasi hanya sampai *prototype* dan tidak sampai pada tahap *maintance*.
- b. Angkutan yang menjadi objek penelitian adalah Metromini berkode B92 dan B80.
- c. Kecepatan yang digunakan untuk perhitungan menggunakan asumsi.
- d. Jumlah bus yang diprediksi sesuai dengan asumsi.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk :

- a. Mempublikasikan informasi – informasi umum tentang metromini 80 dan 92.
- b. Mengurangi waktu menunggu masyarakat yang ingin menggunakan metromini.
- c. Meningkatkan tingkat kepuasan masyarakat dalam penggunaan metromini sebagai media transportasi.

1.5 Manfaat Penelitian

Bagi pengguna :

- a. Dapat memprediksi waktu sampainya metromini pada halte tertentu.
- b. Masyarakat dapat mengetahui informasi umum dari Metromini.
- c. Dapat mengetahui halte yang dapat digunakan untuk menunggu.