

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi sekarang ini semua dituntut untuk serba cepat termasuk teknologi, informasi komunikasi, dan transportasi yang kian canggih dan berkembang sangat pesat menjadi kebutuhan khusus bagi memudahkan manusia untuk berhubungan dengan teknologi. Antara lain dalam berbagai kepentingan ekspansi bisnis dan penyebaran informasi kepada masyarakat.

Komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian perasaan atau perasaan oleh komunikator kepada komunikan. Brent D. Ruben yang dikutip oleh Arni Muhammad, mengatakan komunikasi adalah suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya dalam kelompok, dalam organisasi, dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasikan lingkungannya dengan orang lain merupakan perkembangan komunikasi. Humas merupakan suatu lembaga yang bertugas menjalin dan menjaga hubungan baik dengan *public* internal, eksternal, dan stakholder perusahaan serta berperan fungsi menciptakan citra baik bagi dirinya (*good performance image*), dan sebagai jembatan instansi perusahaan dengan publik internal maupun eksternal.

Peran humas dalam instansi pemerintah maupun perusahaan sangat menunjang keterbukaanya informasi antara pegawai dengan publik atau masyarakat sebagai pengguna jasa ataupun produk perusahaan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa tujuan aktivitas humas yang dijalankan organisasi adalah membangun pemahaman publik terhadap organisasi sehingga dapat terbangun hubungan baik antara organisasi dengan publiknya dengan terpelihara citra tersebut, untuk memberikan kepuasan kepada publik eksternal, humas PT. Reska Multi Usaha anak perusahaan dari PT. Kereta Api Indonesia menjalankan program untuk membangun citra positif perusahaan salah satunya penerapan pengelolaan pembaruan sistem perparkiran.

Parkir adalah keadaan tidak bergerak suatu kendaraan yang bersifat sementara karena ditinggalkan oleh pengemudinya, secara hukum dilarang untuk parkir di tengah jalan atau di pinggir jalan raya (parkir liar) yang bisa menyebabkan kemacetan. Salah satu masalah yang sering sekali dijumpai dalam hal perparkiran, terutama dalam penyebab penataan parkir dan lahan yang kurang memadai untuk parkir.

Perparkiran menjadi fenomena yang mempengaruhi pergerakan kendaraan disaat kendaraan-kendaraan yang mempunyai intensitas pergerakan yang begitu luas dan tinggi, maka dari itu setiap instansi pemerintahan atau perusahaan swasta harus mempunyai lahan tempat parkir yang strategis bagi banyak karyawan dan pengguna lahan parkir untuk menitipkan kendaraanya.

Mengutip jurnal Messah Vol. 1, No. 4, 19 Mei 2016 Mengutarakan:

Salah satu yang menjadi ukuran ruang parkir untuk kendaraan Roda Dua adalah 75 cm x 200 cm yaitu lebar 75 cm dan panjang 200 cm dengan jarak pemisah antara kendaraan sebesar 5 cm. Ukuran lebar jalur gang antara ruang dua ruang parkir sebesar 150 cm. Pola parkir untuk kendaraan Roda Dua yaitu pola parkir dengan sudut 900 dengan posisi saling berhadapan.(Messah, hlm.98)

Dalam hal ini tersebut PT.Reska Multi Usaha merupakan salah satu anak perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (persero) yang bergerak dalam dibidang usaha restorasi KA, service on train (SOT), jasa boga (catering), resto dan cafe, *house kepping*, *on trip cleaning* (OTC), cuci kereta, RES-TV, dan pendudukan kenyamanan. PT.Reska Multi Usaha kini mulai merambah bisnis perparkiran untuk di stasiun-stasiun kereta milik PT.KAI (Persero), maka PT.Reska Multi Usaha mengambil langkah kebijakan salah satunya melalui perubahan program perkembangan teknologi sistem manajemen perparkiran yang berbasis teknologi komputerisasi yang sebelumnya sudah dijalankan teknologi ResParking berupa eManless, CPMS, dan Tiket Manual Berode (TMB), lalu ResParking mengeluarkan produk baru untuk menunjang fasilitas teknologi modern di stasiun kereta api Jabodetabek : *e-Parking* atau parkir uang elektronik untuk membangun nilai positif perusahaan dimata masyarakat dan pelanggan *e-Parking*.

Penataan dan pengelolaan perparkiran dapat dikatakan sebagai pintu gerbang dari serangkaian proses pembentukan kredibilitas citra layanan sebuah institusi ataupun instansi pemerintah dan swasta, dalam upaya memberikan pelayanan

yang memiliki citra *service excellent* dan respon positif atas tuntutan masyarakat terhadap citra kinerja institusi tersebut secara keseluruhan.

Dengan demikian diperlukan pengelolaan perparkiran yang profesional untuk memberikan pelayanan prima kepada pelanggan *e-Parking* supaya : lancar, tertata rapi, aman dan nyaman. Kesemua upaya pelayanan terbaik kami akan berdampak langsung kepada meningkatnya *Level of Service* dan sekaligus terhadap nilai image positif institusi.

PT. Reska Multi Usaha Sebagai pelaksana program sistem *e-Parking* Reska, perusahaan melakukan publikasi menggunakan media cetak seperti Brosur, Spanduk, Banner, Koran, media sosial/ elektronik (Radio, TV, Website perusahaan, *Internet*, dan *Twitter*). Maksud dari PT. Reska Multi Usaha ingin membuat perubahan yang lebih diminati masyarakat pengguna jasa KRL dan aparat PT. Reska Multi Usaha secara bersama-sama sehingga memberikan kemudahan dalam parkir kepada pelanggan yang membawa kendaraan pribadi.

Sebelum *e-Parking* diterapkan di stasiun kereta api proses pengelolaan tempat perparkiran masih menggunakan proses manual untuk melakukan proses pencatatan kendaraan yang masuk dan keluar, maka akan memakan waktu yang cukup lama untuk melakukan proses analisis terhadap data kendaraan tersebut sehingga kurang efisien. Kemungkinan lainnya yang dapat terjadi yaitu data yang dicatat pada lembaran kertas tersebut dapat hilang, kotor, ataupun terbakar.

Pada sistem parkir secara manual cenderung mengakibatkan banyaknya masalah, dimana bisa terjadinya kebocoran pendapatan pada parkir di stasiun. Dimana kurangnya pengawasan operator parkir dengan kendaraan yang sedang di parkir, dikarenakan operator parkir cenderung hanya mengandalkan secarik kertas yang di tulis plat nomer kendaraan yang sedang parkir, tanpa menghiraukan keamanan kendaraan tersebut, baik kendaraan maupun *acesories* seperti helm, dan spart part kendaraan yang sedang berada di areal parkir dan tak jarang masih kecolongan dengan hilangan kendaraan dan *acesories* kendaraan. Maka dari itu harus mengembangkan sistem aplikasi perparkiran agar dapat menekan terjadinya kecurangan dan pencurian.

Maka untuk mengatasi kekurangan-kekurangan tersebut, instansi pemerintahan PT. Reska Multi Usaha sudah melakukan penerapan pengelolaan

perparkiran yang semulanya sistem *park and ride* menjadi teknologi komputerisasi sistem *e-Parking* atau Kartu Uang Elektronik. Pada sistem *e-Parking* Reska untuk akses pembayaran hanya dapat menggunakan kartu uang elektronik (Prabayar) yang sudah terintegrasi oleh mesin dan kartu multi trip (KMT) yang dapat juga digunakan untuk naik *Commuter Line*, dengan adanya sistem ini pengguna jasa perparkiran dimana *Stressing Point* dari *benefit* pengelolaan model ini secara meyakinkan terbukti jauh lebih efektif, efisien dan akurat dibandingkan dengan menggunakan sistem manual.

Pengelolaan lokasi parkir sudah dilaksanakan di 23 lokasi stasiun di Jabodetabek (Stasiun Bogor, Cilebut, Bojong Gede, Citayam, Depok, Pondok Cina, Tanjung Barat, Duren Kalibata, Bekasi, Kranji, Cakung, Klender Baru, Klender, Parung Panjang, Cisauk, Serpong, Rawabuntu, Sudimara, Jurangmangu, Pasar Minggu, Pondokkranji, Kebayoran, Tangerang), dengan memberlakukan sistem parkir elektronik (*e-Parking*) juga sudah dirancang terintegrasi dengan tiket masuk kereta/KRL. Yakni Kartu Multi Trip (KMT) bekerjasama dengan empat bank yang sudah memiliki elektronik *money* atau uang elektronik, uang elektronik yang dimaksud adalah Flazz dari BCA, Top Cash dari BNI, *e-Money* dari Mandiri, BRIZZI dari BRI.

Salah satu upaya penerapan kartu Uang Elektronik (Prabayar) ini cukup efisien, praktis, mempermudah, cepat dalam bertransaksi dan memberikan keamanan karena tercover kerja sama asuransi dalam bentuk *Public Liability* yang proses pengurusan *claimnya* tanpa melalui proses pengadilan. Untuk pengecekan saldo kartu unik (*e-Parking*) dinilai mudah, pihak perusahaan telah menyiapkan mesin untuk melakukan pengecekan saldo di setiap stasiun, dan jika ingin mengisi ulang kartu ini bisa melalui bisa melalui ATM debit yang memiliki fasilitas tap isi ulang *e-money* atau secara tunai di bank-bank yang telah bekerja sama dengan PT. Reska Multi Usaha.

Tidak hanya kemudahan dalam pengecekan saldo dan pengisian kartu uang elektronik tersebut, tetapi cara mendapatkan kartu uang elektronik (*e-Parking*) ini juga terbilang mudah, karena pengguna bisa membelinya di stasiun-stasiun kereta api, dan di bank-bank yang telah berkerja sama dengan PT. Reska Multi Usaha. Hingga saat ini harga kartu parkir uang elektronik dihargai Rp. 50.000,- dengan

saldo Rp 30.000,- dan berkisar Rp 40.000,- dengan saldo Rp 20.000,- dan potongan sisa antara Rp. 20.000 untuk pembayaran pembuatan kartu tersebut.

Media massa publikasi penyebaran informasi yang digunakan pertama kali tanggal 2/10/2014 yaitu dengan mengadakan acara “*launching* Penggunaan Sistem Pembayaran Kartu Uang Elektronik *e-Parking* Reska” dan dihadiri oleh jajaran PT KAI, BCA, BNI, Mandiri dan jajaran kepegawaian.

Tujuan dari diberlakukanya program *e-Parking* ini adalah untuk memberikan kepuasan pelanggan dalam parkir kepada masyarakat yang membawa kendaraan pribadi. Selain itu, tujuan utama dari program tersebut adalah untuk memperbaharui sistem manajemen perparkiran yang berbasis teknologi komputerisasi. Selain untuk meningkatkan keamanan dan pelayanan program, ini juga mendukung transaksi yang lebih aman secara “*less cash*”, dan kartu ini juga membuat pembayaran tarif parkir menjadi lebih adil karena pemotongan saldo akan benar-benar disesuaikan dengan jam kendaraan pelanggan parkir menitipkan kendaraannya. Karena sudah tidak bisa dipungkiri lagi, masyarakat sekarang sudah terlalu terbiasa dengan semua yang serba praktis.

Untuk melihat hasil dari keberhasilan pembahasan penelitian yang penulis ajukan yaitu hasil penelitian yang difokuskan kepada PT. Reska Multi Usaha dalam membangun citra baik perusahaan melalui program perparkiran terhadap pelanggan parkir motor di stasiun dan efektivitas tidaknya sistem kartu uang elektronik *e-parking* terhadap kepuasan pelanggan di stasiun kereta api . Oleh karena itu, penulis ingin menggambarkan dan membahas lebih dalam mengenai seberapa besar efektif sistem *e-Parking* yang dijalankan oleh PT. Reska Multi Usaha dalam kepuasan pelanggan parkir tersebut, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian yaitu “Efektivitas Sistem *e-Parking* PT. Reska Multi Usaha Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Parkir Motor Stasiun Pasar Minggu)”.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu mengetahui “seberapa besar

Efektivitas Sistem *e-Parking* PT Reska Multi Usaha terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Parkir Motor Stasiun Pasar Minggu)”.

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar Efektivitas Sistem *e-Parking* PT. Reska Multi Usaha terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Parkir Motor Stasiun Pasar Minggu).

I.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis hasil penelitian ini dimaksudkan untuk menerapkan teori-teori yang berkaitan dengan ilmu komunikasi pada jurusan *public relations*, khususnya pada program sistem *e-Parking*.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada PT Reska Multi Usaha dan peneliti itu sendiri untuk mengetahui lebih jauh tentang efektivitas sistem *e-parking* PT Reska Multi Usaha terhadap kepuasan pelanggan.

I.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penelitian.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Bab ini berisi mengenai teori-teori dan pengertian-pengertian yang menjadi dasar untuk menguraikan masalah dan dalam memecahkan masalah yang dikemukakan dalam penulis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai metode penelitian, jenis penelitian, metode analisis data, metode pengumpulan data, teknis analisis data serta waktu dan tempat penelitian dilakukan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi mengenai sejarah dari perusahaan, hasil-hasil penelitian untuk memberikan jawaban terhadap masalah penelitian serta menganalisis data secara statistik.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi mengenai terkait temuan-temuan hasil penelitian dan pembahasan, serta tentang masalah yang diteliti berkaitan skripsi berupa kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Membuat referensi buku yang dipakai dalam memperoleh dan mengumpul data penelitian.

LAMPIRAN