

# Bab I Pendahuluan

## I.1 Latar Belakang

Dewasa ini ketersediaan teknologi informasi pada sebuah perusahaan sangat berperan penting dalam menciptakan nilai tambah untuk meningkatkan kompetensi perusahaan. Teknologi informasi telah menjadi komponen yang sangat penting bagi keberhasilan suatu perusahaan. Untuk mencapai posisi kompetitif yang lebih tinggi, suatu perusahaan dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi untuk mendukung bisnis dalam mengantisipasi cepatnya perubahan pasar.

Perkembangan tersebut mendorong munculnya beberapa kebutuhan yang berkaitan dengan penyediaan infrastruktur suatu perusahaan. Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat perusahaan membutuhkan infrastruktur baik *software* maupun *hardware* yang dapat mendukung teknologi tersebut. Hal tersebut tentunya menyebabkan bertambahnya biaya yang harus dikeluarkan dalam penyediaan infrastruktur yang baru.

Berkaitan dengan hal tersebut para praktisi teknologi informasi mulai mengembangkan jasa *cloud computing*. *Cloud computing* adalah model pengembangan, penyebaran dan penyampaian teknologi informasi yang memungkinkan pengiriman produk, layanan dan solusi secara *real-time* melalui internet (Bradshaw, Millard, & Walden, 2010). Dengan *cloud computing* diharapkan proses komputasi menjadi lebih mudah, fleksibel dan dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan (*on-demand*) (Sridhar, 2009). Berikut ini adalah karakteristik dari layanan *cloud computing* (Sridhar, 2009) :

- a. *Scalable*, yaitu kemampuan dalam meningkatkan kapasitas sumber daya sebesar apapun yang diinginkan dengan cepat.
- b. *Elastic*, yaitu kemampuan dalam menyesuaikan jumlah sumber daya yang sesuai dengan yang dibutuhkan secara cepat. Dengan kemampuan ini

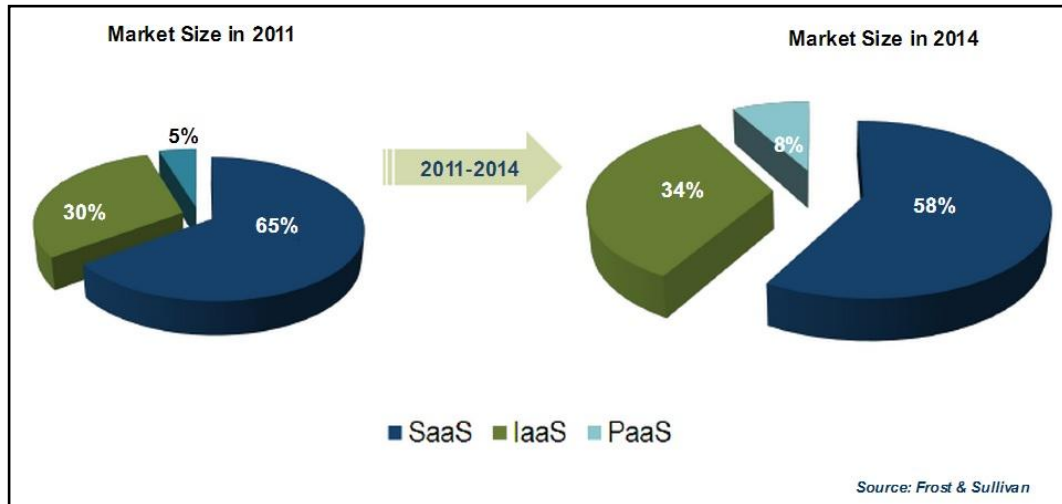
jumlah sumber daya dapat diturunkan atau dinaikkan sesuai dengan kebutuhan yang disesuaikan dengan perkembangan pasar.

- c. *Self-Service*, yaitu kemampuan *cloud computing* dalam melayani dirinya sendiri. Dengan ini perusahaan tidak harus memikirkan waktu dan biaya yang digunakan untuk melakukan perawatan baik *hardware* ataupun *software*, yang semuanya sudah ditangani oleh penyedia layanan *cloud computing*.
- d. *Ubiquitous Access*, yaitu kemampuan untuk dapat diakses dimanapun.
- e. *Complete Virtualization*, yaitu kemampuan untuk menggabungkan banyak sumber daya menjadi sebuah *server* tunggal.
- f. *Relative Consistency*, yaitu kemampuan untuk selalu konsisten dalam menghasilkan layanan, karena *cloud computing* dibangun dari bermacam-macam komponen sehingga tidak tergantung hanya dengan satu komponen tertentu.

Dengan bantuan penyedia jasa layanan *cloud computing*, suatu perusahaan tidak memerlukan biaya untuk membeli *hardware* dan *software* yang baru. Perusahaan hanya perlu mengeluarkan biaya sewa *hardware* dan *software* tersebut, selain itu biaya pemeliharaan *hardware* akan mengalami penurunan karena telah dikelola oleh penyedia layanan. Oleh karena itu efisiensi biaya operasional dapat ditingkatkan dengan menggunakan jasa layanan *cloud computing*.

Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh penyedia jasa layanan *cloud computing*, permintaan akan jasa layanan *cloud computing* menjadi semakin meningkat. Model *cloud computing* yang paling banyak digunakan dan telah diimplementasikan dalam perusahaan ialah model SaaS (*Software as a Service*), yakni sebesar 65% pada tahun 2011 (*Forst & Sullivan*). SaaS adalah suatu model penyampaian aplikasi perangkat lunak dimana pelanggan membayar untuk mengakses dan menggunakan aplikasi yang dioperasikan (baik secara mandiri maupun melalui pihak ketiga) untuk digunakan oleh pelanggannya melalui internet ([www.telkomcloud.com](http://www.telkomcloud.com)). Walaupun diprediksi akan mengalami

penurunan pada tahun 2014, model layanan SaaS tetap menjadi *market share* terbesar untuk layanan *cloud computing* di Indonesia (Forst & Sullivan).



**Gambar I.1** *Market Share Cloud Computing* di Indonesia

PT. Sigma Cipta Caraka (Telkom Sigma) merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan jasa layanan SaaS. Salah satu layanan SaaS yang ditawarkan oleh Telkom Sigma ialah *e-Office*. *E-Office* merupakan layanan aplikasi administrasi perkantoran, korespondensi surat menyurat dinas bagi setiap karyawan suatu perusahaan atau institusi secara elektronik (*office automation*). Saat ini permintaan akan layanan *e-Office* semakin meningkat terutama di lingkungan kementerian, pemerintah daerah, ataupun lembaga negara lainnya. Hal ini berkaitan dengan program pemerintah menuju pemerintahan yang berbasis teknologi informasi (*ICT-Based Government*) sebagai wujud pelaksanaan amanat Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2001 tentang Pengembangan dan Pendayagunaan Telematika di Indonesia dan Instruksi Presiden Nomor 3 Tahun 2003 tentang Kebijakan dan Strategi Pengembangan *e-government*. Penerapan *e-Office* merupakan langkah awal untuk mempercepat terwujudnya *e-government*.

Dengan kondisi tersebut, maka Telkom Sigma dituntut untuk memiliki keunggulan yang bersaing agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan.

Untuk memenangkan persaingan di pasar, salah satu cara yang paling banyak digunakan ialah dengan bersaing dalam harga. Bersaing dalam harga artinya perusahaan harus berusaha mencapai biaya produksi yang seminimal mungkin agar dapat memberikan harga jual yang kompetitif. Di saat yang bersamaan perusahaan juga harus dapat memenuhi keinginan konsumen akan kualitas pelayanan yang semakin baik.

Pada umumnya penentuan harga jual didasarkan pada biaya yang dikeluarkan dan laba yang diinginkan. Namun penetapan harga jual berdasarkan biaya tidak dapat bertahan lama dipasar karena belum tentu akan diterima oleh pasar. *Target costing* adalah suatu metode untuk menentukan biaya yang diharapkan untuk suatu produk berdasarkan harga yang kompetitif, sehingga produk tersebut dapat mencapai laba yang diinginkan (Blocher, Chen, Cokins, & Lin, 1999). Dengan menggunakan *target costing*, penentuan harga jual bukan didasarkan pada biaya yang dikeluarkan, namun didasarkan pada harga jual yang tercipta oleh pasar. Setelah menetapkan harga jual yang dapat diterima oleh pasar, kemudian perusahaan akan menetapkan target biaya yang dapat ditutupi oleh harga jual sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang diinginkan.

Telkom Sigma bermaksud untuk menerapkan *target costing* dalam penentuan harga layanan *e-Office*. Hal inilah yang akan diangkat sebagai topik penelitian ini. Penelitian ini dilakukan agar harga layanan *e-Office* lebih diterima oleh pasar, sehingga Telkom Sigma dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

1. Berapa harga jual yang sebaiknya ditetapkan untuk layanan *e-Office*?
2. Berapa target biaya yang sebaiknya ditetapkan untuk layanan *e-Office*?
3. Apakah perlu dilakukan reduksi biaya untuk layanan *e-Office* dan elemen biaya apa saja yang perlu direduksi?

### **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui harga jual yang sebaiknya ditetapkan untuk layanan *e-Office*.
2. Mengetahui target biaya yang sebaiknya ditetapkan untuk layanan *e-Office*.
3. Mengetahui apakah perlu dilakukan reduksi biaya untuk layanan *e-Office* dan elemen biaya apa saja yang perlu direduksi.

### **I.4 Batasan Penelitian**

Batasan Penelitian ini sebagai berikut :

1. Penentuan target biaya tidak memperhitungkan *cost driver* yang mempengaruhi suatu elemen biaya.
2. Paket layanan *e-Office* yang diteliti adalah layanan *e-Office* paket *standard*.

### **I.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Membantu pihak perusahaan dalam mengestimasi target biaya layanan *cloud computing e-Office*.
2. Sebagai bahan masukan bagi pihak perusahaan dalam penentuan harga layanan *cloud computing e-Office*.