

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Object Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Digipos Aja sebagai produk transformasi digital Telkomsel yang di *launching* pada bulan Agustus 2020, saat itu rating google play store 4.3, di gunakan 294.147 *reseller downloads*, menjual produk *telco* (pulsa, voucher, paket data, digital, telpon, dll) dan *non telco* (token listrik, PDAM, dll) dan bisa melayani 170 juta pelanggan Telkomsel. Definisi *Reseller* disini adalah distributor dan outlet yang melakukan penjualan transaksi produk Telkomsel.

Digipos Aja saat ini di dimanfaatkan sebagai *point of sales* produk *telco* dan *non telco* bagi Telkomsel. Digipos Aja merupakan aplikasi yang di gunakan oleh outlet penjual pulsa yang mempunyai tempat berupa fisik yang menjual produk *telco* maupun toko kelontongan, warung makan, dll. Digipos Aja berpotensi untuk menjadi solusi setiap UMKM dan untuk kebutuhan UMKM sendiri untuk belanja produk *telco* melalui Digipos Aja potensi yang sangat besar dengan jumlah UMKM di Indonesia di tahun 2020 sebesar 64,2 juta. Peneliti ingin mengukur kualitas layanan Digipos Aja agar dapat memberikan solusi sesuai dengan kebutuhan UMKM atau pengguna.



Gambar 1. 1 Logo DigiposAja

Source: Google Play

Digipos Aja Telkomsel dalam melakukan transformasi digital tentunya juga melakukan suatu inovasi dalam dunia digital salah satunya membuat Digipos Aja. Digipos Aja adalah layanan Telkomsel yang dibuat untuk membantu dan mempermudah para *Reseller* menjual, yang meliputi: 1) Paket Data, 2) Pulsa, 3)

Telepon & SMS,4) Digital, 5) Bayar Tagihan, 6) Inject Voucher Fisik, 7) Perdana & Voucher Fisik, 8) Stock Saya, 9) Perdana Internet, 10) NSP, 11) Migrasi USIM, 12) Digistar, 13) Roaming, 14) New IMEI, 15) Pinjaman, 16) Flash Sales, 17) HP & Orbit, 18) RED Outlet.

Mencermati perkembangan bentuk aplikasi dimana sebagian besar masyarakat Indonesia sudah memiliki smartpone, jadi masyarakat sudah dapat secara mudah mengakses aplikasi tersebut. Tidak hanya itu saja, sebagai salah satu perusahaan Telekomunikasi terbesar di Indonesia tentunya harus menjadi pelopor untuk merilis berbagai aplikasi guna mempermudah pengguna layanan masyarakat. Aplikasi Digipos Aja merupakan penggunaan atau penerapan suatu konsep yang menjadi suatu pokok pembahasan. Aplikasi Digipos Aja dapat diartikan juga sebagai program komputer yang dibuat untuk menolong manusia dalam melaksanakan tugas tertentu. (Noviansyah, 2001). Chusing dalam Susanto (2004) mendefinikan sistem aplikasi adalah suatu entitas yang terdiri dari dua atau lebih komponen yang saling berhubungan dan berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan. Ide dasar kualitas bukanlah memenuhi sejumlah kriteria yang ditetapkan perusahaan/instansi, sebaliknya kualitas adalah memenuhi kriteria yang ditetapkan pelanggan (Mc Leod Raymond, 2007).

Kualitas sistem aplikasi merupakan karakteristik dari informasi yang melekat mengenai sistem aplikasi itu sendiri yang mana kualitas sistem aplikasi merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak dan kebijakan prosedur dari sistem aplikasi informasi yang dapat menyediakan informasi kebutuhan pemakai (Delone dan McLean, 1992). Beberapa peneliti telah menggunakan beberapa indikator pengukuran untuk mengukur kualitas sebuah sistem aplikasi. Menurut Hamilton dan Chervany (1981) menggunakan 5 indikator dalam pengukuran sebuah kualitas sistem aplikasi yaitu sebagai berikut: *Easy of Use* (Kemudahan Penggunaan), *Response Time* (Kecepatan Akses), *Reliability* (Keandalan Sistem aplikasi), *Flexibility* (Fleksibilitas), *Security* (Keamanan).

Menurut Supriyanto (2005) adalah program yang memiliki aktifitas pemrosesan perintah yang diperlukan untuk melaksanakan permintaan pengguna

dengan tujuan tertentu. Aplikasi merupakan sekumpulan perintah atau kode yang disusun secara sistematis untuk menjalankan suatu perintah yang diberikan oleh manusia melalui komponen atau hardware komputer yang digunakan oleh manusia dalam menjalankan program aplikasi, dengan demikian bisa membantu manusia untuk memberikan solusi dari apa yang diinginkan.

Selanjutnya, Hakim (2010) memberikan pandangan bahwa program aplikasi adalah “perangkat lunak (software) yang digunakan untuk tujuan tertentu seperti mengolah dokumen, mengatur Windows 7, permainan (game), dan sebagainya.” Menurut IBISA dalam Hakim (2010), paket sistem aplikasi adalah “alat bantu untuk mempermudah dan mempercepat proses pekerjaan dan bukan merupakan beban bagi karyawannya.” Berdasarkan kedua uraian pengertian aplikasi menurut para ahli di atas maka penulis menyimpulkan aplikasi adalah perangkat lunak pembantu yang berguna untuk mempermudah suatu pekerjaan dan mempermudah atau meringkas pekerjaan pembuatan perangkat lunak lainnya.

Beberapa aplikasi yang digabung bersama menjadi suatu paket kadang disebut sebagai suatu paket atau suite aplikasi (*Application suite*). Contohnya adalah Microsoft Office dan OpenOffice.org. Aplikasi-aplikasi dalam suatu paket biasanya memiliki antar muka pengguna yang memiliki kesamaan sehingga memudahkan pengguna untuk mempelajari dan menggunakan tiap hari. Aplikasi-aplikasi dalam suatu paket biasanya memiliki antarmuka pengguna yang memiliki beberapa kesamaan sehingga memudahkan pengguna untuk mempelajari dan menggunakan setiap aplikasi. Umumnya aplikasi-aplikasi tersebut memiliki kemampuan untuk saling berinteraksi sehingga menguntungkan pengguna itu sendiri. Contohnya, suatu lembar kerja dapat dimasukkan dalam suatu dokumen pengolah kata walaupun dibuat pada aplikasi lembar kerja yang terpisah.

Haryani dan Hidayah (2014), bahwa penyelarasan teknologi informasi terhadap proses bisnis penting bagi perusahaan, karena keberhasilan implementasi teknologi informasi dapat dilihat dari seberapa besar TI yang diterapkan memberikan value dan dukungan pada tujuan perusahaan, maka dari itu diperlukan adanya evaluasi teknologi informasi untuk mengetahui sejauh mana penerapan TI sesuai dengan visi dan misi perusahaan serta besarnya kontribusi TI

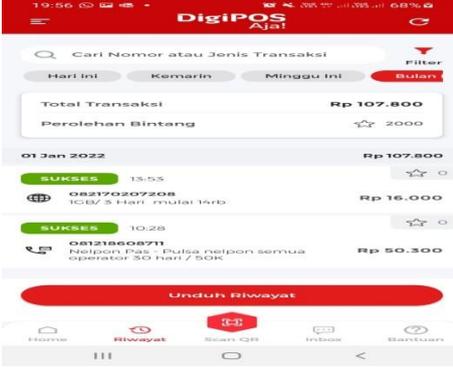
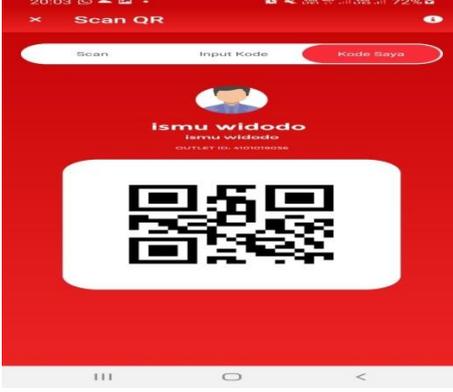
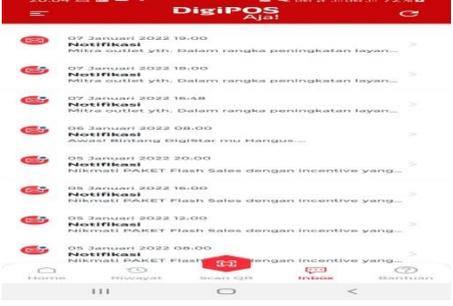
telah memberikan dukungan pada tujuan perusahaan. Evaluasi TI yang diteliti pada penelitian ini yaitu aplikasi *Digital Point of Sales* (Digipos) Telkomsel yang digunakan oleh Telkomsel.

Digipos Aja merupakan aplikasi yang bertujuan untuk mengumpulkan, menyajikan dan mengelola data pada proses bisnis penjualan di level outlet, distribusi dan penjualan dengan entitas bisnis operator telekomunikasi (Dealer dan Salesforce) serta mendukung pemrosesan secara realtime untuk berbagai aktivitas yang terjadi. Aplikasi Digipos Aja menyediakan berbagai media yang digunakan oleh tim internal (Dealer & Salesforce) dan tim eksternal (Outlet) sebagai alat kerja.

Aplikasi Digipos Aja Salesforce digunakan sebagai tools untuk melakukan pendataan outlet, laporan kunjungan outlet untuk distribusi produk, serta melakukan scan kartu perdana atau paket data untuk didistribusikan. Aplikasi Digipos Aja outlet merupakan aplikasi yang digunakan untuk melakukan berbagai transaksi dan melakukan monitoring penjualan. Telkomsel sampai saat ini belum pernah melakukan evaluasi TI pada Digipos Aja untuk mengetahui kontribusi aplikasi dalam pencapaian tujuan bisnis. Aplikasi saat ini di *rebranding* menjadi Digipos Aja yang tersedia di aplikasi google store dan lebih menambah layanan selain produk telco dan termasuk produk non telco dan cukup melalui aplikasi Digipos Aja.

Tabel 1. 1 Fitur-Fitur DigiposAja

No	Fitur	Gambar	Keterangan
1.	Tampilan Utama Digipos Aja, Menu Home		<p>Menu Home menampilkan Produk Utama, ada 18 produk di bagi produk telco, non telco dan program.</p> <p>Telco (paket data, pulsa, telepon & SMS, digital, inject Voucher Fisik, Perdana & V. Fisik, stock saya, perdana internet, NSP, roaming, new IMEI), non telco (bayar tagihan, pinjaman, HP & orbit) Program (digistar, flash sales, RED Outlet)</p>

2.	Menu Riwayat		Menampilkan riwayat setiap transaksi penjualan, total transaksi dan perolehan transaksi program digistar
3.	Menu Scan QR		Menu Scan QR adalah untuk melakukan transaksi penjualan dari omni channel berupa barcode atau kode pembelian
4.	Menu Inbox		Inbox disini untuk memberikan notifikasi dari Telkomsel kepada Reseller terkait info produk, program, perbaikan system
5.	Menu Bantuan		Menu ini seperti <i>question & answer</i> untuk memberikan solusi, jawaban ketikan <i>reseller</i> mengalami gangguan. Komplain juga bisa melakukan complain melalui online sengan menjelaskan keluhannya. Di sini juga ada <i>direct call short number 357</i> untuk complain melalui telepon

(Source: Raport Internal Telkomsel)

Fungsi dari aplikasi DigiPos Aja digunakan untuk transaksi pulsa Telkomsel, pengisian paket telpon, pengisian paket data internet lebih gampang dan sempurna, dapat melaksanakan upgrade kartu 3G ke 4G, inject voucher fisik (voucher internet), transaksi digital (Kuota games, musik, voucher game dan lain lain) serta juga bisa melayani pembayaran tagihan Telkom, TV kabel, multi finance, Gas, PLN, BPJS, PDAM dan pembayaran lainnya seperti Payment Point *Online Banking* (PPOB). Selain fungsi aplikasi di atas DigiPos Aja menyediakan insentif atau dalam bentuk *cashback* dari setiap transaksi, report transaksi lebih terdata secara lengkap dan mudah untuk dijalankan pengecekan ulang, juga mampu mengupgrade kartu 3G ke 4G tanpa harus tiba langsung ke grapari, tidak ada menggunakan system kode aba-aba untuk isi pulsa maupun paket data internet, sebab dalam aplikasi DigiPos Aja dihadirkan cara yang mudah dan nyaman untuk pengguna.



Gambar 1. 2 Solusi Bisnis Pulsa Telkomsel dan PPOB

(Source: Raport Internal Telkomsel)

Berdasarkan data Internal Telkomsel 2021, saat ini berdasarkan table di atas, jumlah registrasi DigiPos Aja Telkomsel 532.538, angka ini masih relatif kecil di dibandingkan dengan aplikasi sejenis, Telkomsel yang mempunyai asset berupa jumlah pelanggan 175 juta pelanggan dan pelanggan data 120,9 juta,

dengan potensi sebesar ini Digipos Aja bisa menjadi *super apps*. Digipos Aja yang aktif melakukan transaksi minimal 1 transaksi setiap bulan adalah 55%, artinya masih banyak peluang untuk di kembangkan. Jumlah transaksi setiap hari 1,9 juta adalah angka yang sangat besar untuk *super apps*.

Aplikasi *digital payment* Digipos Aja menggunakan *e-wallet* Link Aja, Link Aja merupakan penyedia jasa pembayaran yang merupakan produk dari PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya) dan telah terdaftar di Bank Indonesia. Sejak 21 Februari 2019, Finarya secara resmi telah mendapat perijinan atau lisensi dari Bank Indonesia sebagai Perusahaan Penerbit Uang Elektronik dan Penyelenggara Layanan Keuangan Digital Badan Hukum.

Link Aja sebagai *e-wallet* juga mempunyai fitur-fitur seperti:

- 1) Telekomunikasi melakukan penjualan voucher prabayar, pembayaran tagihan kartu pasca bayar dan paket roaming.
- 2) Beli/bayar tagihan seperti rekening virtual, pasar online, TV Kabel, internet, property, Pendidikan, Telepon, Listrik, PDAM.
- 3) Transportasi untuk memberikan kemudahan transaksi pembayaran melalui Link Aja dan langsung di hubungkan dengan website/situs Kapal, Parkir, Kereta, Taksi, Bis, Pesawat, Kendaraan Online,
- 4) Kartu Uang Elektronik dapat melakukan *top-up* kepada produk *e-money*, Brizzi, tap cash.
- 5) Keuangan, fitur seperti Paylater, Multifinance, Pinjaman, pegadaian, Rekening Online, Asuransi, BPJS
- 6) Dan lain-lain seperti Dana social, Pajak, Restribusi dan Hiburan.

Aplikasi Digipos Aja yang merupakan aplikasi penjualan produk *telco* maupun *non telco* berkolaborasi dengan Link Aja sebagai metode pembayaran dari penjualan produk-produk di aplikasi Digipos Aja, Aplikasi *digital payment* yang sejenis dengan aplikasi Digipos Aja sangat banyak yang terdapat di google Playstore termasuk Mokapos. Mokapos adalah aplikasi kasir yang memudahkan melakukan penjualan dan memudahkan operasional penjualan. Keunggulan aplikasi Mokapos adalah sebagai berikut:

- 1) Sebagai aplikasi yang dapat melakukan manajemen kasir, manajemen inventori dan berkolaborasi dengan berbagai *e-wallet*, bank untuk melakukan pembayaran, disini pelanggan telah mempunyai akun di e-wallet dan rekening bank.
- 2) Mokapos memberikan solusi-solusi kepada para mitranya yang mempunyai masalah-masalah untuk manajemen kasir dan inventori yang selama ini tidak menjadi focus mitra sebagai bisnis utama, tetapi ini menjadi sangat kritis dan memakan waktu bagi mitra, dengan Mokapos sehingga mitra agar lebih focus kepada bisnis utama dan memudahkan untuk meningkatkan bisnis dengan Mokapos.
- 3) Mokapos memberikan layanan dan produk kepada produk mitra baik online dan offline yang dapat di padukan, sehingga mengakomodir kebutuhan mitra yang secara natural ada *online* dan *offline*.
- 4) Mokapos juga menyediakan device berupa tablet, printer, mesin cash untuk penyimpanan uang dan memberikan kemudahan kepada mitra nya untuk di padukan sehingga mitra tinggal menggunakan saja.

Aplikasi yang sejenis juga di sediakan oleh aplikasi sooltanpay dari Telkom. Sooltanpay merupakan aplikasi buat usaha lengkap mulai dari fleksibilitas pembayaran, kasir digital, hingga tambah penghasilan lebih mudah dan praktis kepada mitra sooltanpay.

- 1) Fitur Top Up & Tagihan adalah sebuah sistem pembayaran yang memanfaatkan fasilitas perbankan yang dapat digunakan untuk berbagai macam pembayaran. Fitur Top Up dan Tagihan menyediakan layanan PPOB (Payment Point Online Bank) dapat menjadi peluang usaha untuk membayar berbagai tagihan dalam satu tempat. Dengan Top Up & Tagihan, kamu dapat menjual pulsa, paket data, membayar token listrik hingga internet dan juga top-up *e-wallet* sekaligus.
- 2) Dengan fitur Pembayaran Digital kamu dapat menyediakan berbagai metode pembayaran sesuai kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi non-tunai melalui scan QR Code yang sudah terintegrasi dengan QRis (*Quick Response*

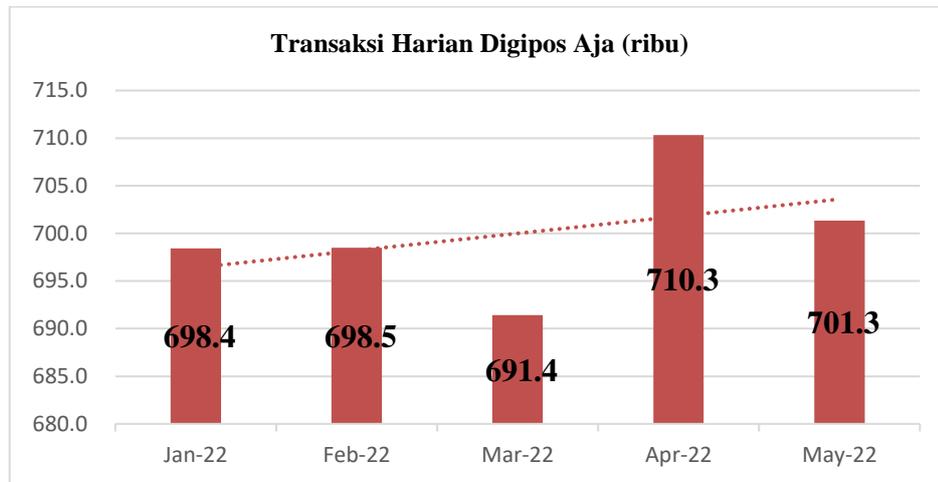
Indonesian Standard) dari Bank Indonesia. Fitur ini juga akan menghitung transaksi penjualanmu secara otomatis

- 3) Fitur Produk Toko merupakan fitur kasir memberikan kemudahan dalam melakukan pencatatan transaksi penjualan, mendapatkan laporan keuangan lengkap periode harian, mingguan dan bulanan secara real-time dan otomatis. Pada ini kamu juga mengelola pegawai, toko cabang dan kasbon pelanggan dengan praktis

Keunggulan aplikasi sooltanpay adalah dukungan dari PT. Telkom adalah sebagai berikut:

- 1) Sooltan Pay mempunyai bisnis utama menjual produk telekomunikasi sama dengan Digipos Aja yang dapat menjadi konsumsi setiap hari bagi pengguna.
- 2) Kemudahan pencatatan digital sehingga monitoring usaha bisa kapanpun dan dimanapun dengan pencatatan yang lebih akurat. Dengan dukungan PT. Telkom maka ini akan menjadi keunggulan sooltan pay yang di sediakan penyimpanan data mitra yang lebih aman.
- 3) Fitur Reward ini menjadi keunggulan karena reward menjadi benefit yang pasti di butuhkan oleh mitra untuk keberlangsungan bisnis mitra dan dapat memotivasi mitra untuk meningkatkan keuntungannya.

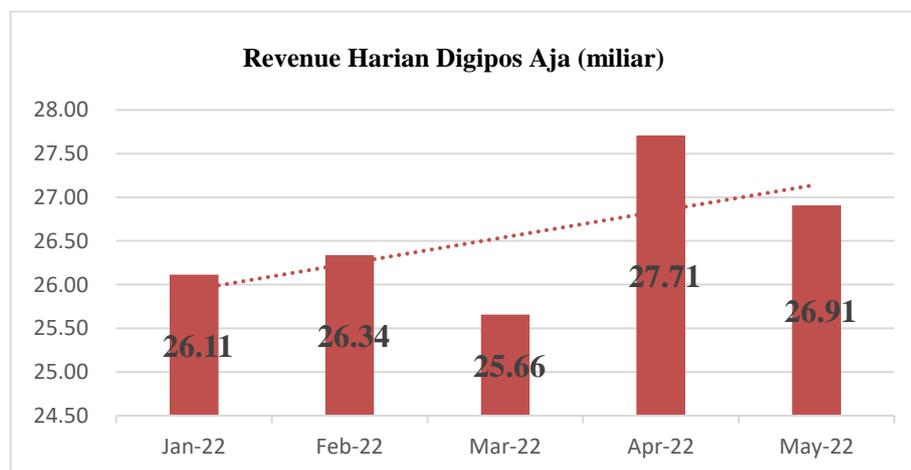
Transaksi Digipos Aja berdasarkan data laporan internal dari bulan januari sampai dengan mei tahun 2022 memperlihatkan tren yang terus meningkat, sampai dengan bulan Mei tahun 2022 saat penelitian ini di lakukan transaksi per hari adalah 701,3 ribu dan menunjukkan bahwa keterkaitan terhadap produk sangat tinggi dan terus kembali menggunakan produk, hal ini dapat dilihat dari gambar 1.3 sebagai berikut:



Gambar 1. 3 Transaksi Harian Digipos Aja (bio)

Source: Raport Internal Telkomsel

Revenue juga menunjukkan tren yang sama dengan tren transaksi, dari periode januari sampai dengan mei 2022 menunjukkan tren pertumbuhan, *revenue* per hari di bulan mei 26,9 miliar, bagi Digipos Aja juga mendatangkan *revenue* yang besar.

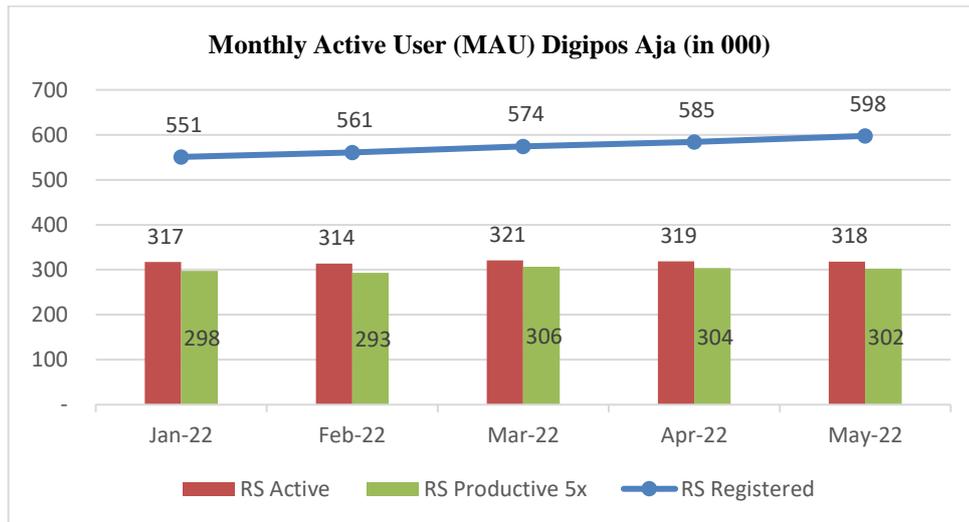


Gambar 1. 4 Revenue Harian Digipos Aja (milyar)

Source: Raport Internal Telkomsel

MAU (*Monthly active user*) adalah jumlah unique pengguna yang aktif dalam satu bulan ke belakang. Misalnya jika seorang user Digipos Aja login ke aplikasi paling tidak satu kali dalam satu bulan melakukan transaksi maka dia berkontribusi menjadi 1 MAU untuk bulan itu. Untuk user Digipos Aja periode

bulan mei sejumlah 598 ribu dan aktif melakukan transaksi minimal 1 kali transaksi dalam sebulan sejumlah 318 ribu di sebut MAU 53% dan Telkomsel juga mengukur minimal aktif user berdasarkan transaksi minimal 5 kali dalam sebulan yaitu 302 ribu dan 50% pada bulan mei 2022.



Gambar 1. 5 Monthly Active User (MAU) Digipos Aja

Source: Raport Internal Telkomsel

Performansi Digipos Aja dengan MAU 53% dengan tren transaksi dan tren revenue terus meningkat maka MAU Digipos Aja sangat bagus, dan terus meningkatkan revenue Digipos Aja memonitor RS aktif minimal 5 transaksi.

1.2. Latar Belakang

Telkomsel didirikan pada tahun 1995 sebagai wujud semangat inovasi untuk mengembangkan telekomunikasi Indonesia yang terdepan. Untuk mencapai visi tersebut, Telkomsel harus terus memacu pertumbuhan jaringan telekomunikasi di seluruh penjuru Indonesia secara pesat sekaligus memberdayakan masyarakat. Telkomsel menjadi pelopor untuk berbagai teknologi telekomunikasi selular di Indonesia. Telkomsel merupakan operator yang pertama kali melakukan uji coba teknologi jaringan pita lebar LTE. Di kawasan Asia, Telkomsel menjadi pelopor penggunaan energi terbarukan untuk menara-menara base Transceiver Station (BTS). Keunggulan produk dan

layanannya menjadikan telkomsel sebagai pilihan utama pelanggan di seluruh Indonesia.

Memasuki era ICT (Information and Communication Technology), Telkomsel terus mengoptimalkan pengembangan layanan di Indonesia dengan memanfaatkan potensi sinergi perusahaan induk yaitu PT Telkom (65%) dan SingTel Mobile (35%). Telkomsel terus mengembangkan layanan telekomunikasi selular untuk mengukuhkan posisi sebagai penyedia layanan gaya hidup selular, *a truly mobile lifestyle*. Dari Telkomsel untuk Indonesia, Telkomsel memiliki komitmen untuk menghadirkan layanan *mobile lifestyle* unggulan sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan para langganan. Telkomsel menghadirkan teknologi agar bangsa Indonesia dapat menikmati kehidupan yang lebih baik di masa mendatang dengan tetap mendukung pelestarian negeri.

Telkomsel dengan Visi: Menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup *digital mobile* kelas dunia yang terpercaya. Dan Misi: Memberikan layanan dan solusi *digital mobile* yang melebihi ekspektasi para pengguna, menciptakan nilai lebih bagi para pemegang saham, serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

Telkomsel resmi telah menghadirkan identitas baru perusahaan yang semakin mengukuhkan komitmen menuju perusahaan digital terdepan yang bisa diandalkan pada 18 Juni 2021. Identitas baru yang memiliki makna sebuah perwujudan sebagai simbol perusahaan yang akan terus menjadi enabler dalam menghadirkan ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan, untuk buka semua peluang bagi masyarakat dalam mendorong kemajuan bangsa. Telkomsel senantiasa mendorong pemanfaatan teknologi digital untuk memberikan kontribusi positif yang berkelanjutan bagi masyarakat serta mewujudkan masa depan yang lebih baik untuk Indonesia. Upaya-upaya tersebut kami jalankan melalui berbagai kegiatan.

Telkomsel dalam melayani negeri dengan jumlah BTS lebih 247.000 unit dan lebih 195.000 3G/4G BTS serta lebih 2.000 4G BTS USO dengan cakupan 95% wilayah populasi Indonesia. Pada saat ini Telkomsel melayani lebih 173,5 juta pelanggan dan khusus pelanggan data lebih 120,9 juta pelanggan.

Transformasi bisnis bagi perusahaan adalah sebagai solusi untuk menghadapi dan penyesuaian terhadap perkembangan kemajuan teknologi dan perilaku pelanggan yang sudah berubah menjadi digital solusi. Perusahaan di tuntut untuk melakukan inovasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang mempunyai harapan sangat dinamis. Untuk kebutuhan di atas perusahaan melakukan langkah-langkah yang harus di lakukan untuk melakukan perubahan ke arah digital atau bertransformasi.

Sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, Telkomsel terus beradaptasi dan melakukan transformasi model usaha seiring perkembangan zaman yang terjadi. Penyesuaian model bisnis dilakukan agar dapat mewujudkan visi menjadi perusahaan telekomunikasi digital (*digital telco*) terbesar di Indonesia. Perusahaan Telekomunikasi menjadi sorotan untuk melakukan tranformasi di karenakan yang berhubungan langsung dengan teknologi dan layanan data (*broadband*) di harapkan menjadi role model untuk bertranformasi digital.

Transformasi Digital Telkomsel saat ini sarana komunikasi seluler merupakan kebutuhan penting bagi seluruh lapisan masyarakat. Kemajuan teknologi membuat banyaknya produk yang ditawarkan guna memenuhi kebutuhan pelanggan di sektor Telekomunikasi. Telkomsel merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang Telekomunikasi di Indonesia. Sebagai provider pemimpin pasar di Indonesia, Telkomsel terus berinovasi untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan dan industri Telekomunikasi di Indonesia.

Dunia Teknologi dan informasi yang terus berubah membuat sektor Telekomunikasi menjadi rentan untuk tertinggal, sedangkan berdasarkan prediksi, tahun 2024 Facebook dan Google membangun jaringan fiber optic yang di prediksi mampu meningkatkan data capacity sampai dengan 70% di Indonesia. Ancaman dari luar ini yang membuat Telkomsel dan seluruh perusahaan Telekomunikasi harus berbenah dari perusahaan Telekomunikasi menjadi Digital Telco Company agar tidak hilang di telan oleh perubahan dunia teknologi dan informasi yang sangat dinamis. Telkomsel secara pendapatan masih sangat

bergantung pada layanan *voice* dan SMS, sehingga untuk mengantisipasi terus menurunnya *revenue*, membuat perusahaan harus melakukan transformasi ke perusahaan digital.

Telkomsel secara internal sejak tahun 2012 mendorong terjadinya transformasi untuk memenuhi kebutuhan pasar dan menuju ke era digital, di mana kekuatan teknologi broadband seluler dimanfaatkan untuk menumbuhkan cara-cara baru dalam berkomunikasi, menikmati hiburan dan sebagai alat pembayaran.

Bertransformasi perusahaan telekomunikasi menjadi perusahaan digital telco company adalah semakin mendesak dan perubahan gaya hidup masyarakat menuntut perusahaan telekomunikasi agar terus berinovasi dalam menyediakan layanan yang relevan untuk pelanggan. Hal ini juga akan membantu perusahaan agar dapat mencapai tujuan bisnis jangka panjang.

Digitalisasi yang dilakukan oleh Telkomsel adalah yang dapat memberikan efisiensi biaya operasional dan meningkatkan pendapatan dari layanan digital untuk mensubstitusi penurunan pendapatan dari *voice* dan short message service (SMS). Telkomsel fokus menjalankan perannya pada tiga domain bisnis digital yakni *digital connectivity*, *digital platform*, dan *digital services*. Operasional dan bisnis perusahaan kini fokus ditujukan untuk memenuhi seluruh kebutuhan pelanggan sesuai kebutuhan mereka yang kerap berubah (*customer oriented*).

Digital connectivity Telkomsel seperti Telkomsel Prabayar, Telkomsel Halo, The Real 4G, Hyper 5G, Telkomsel Music, Telkomsel Video, Telkomsel Games, Telkomsel Orbit dan By.U. *digital aplikasi* seperti Digipos Aja. IoT (*fleet services*, industrial IoT, Data Manajemen Platform, msight, credit scoring, fintech platform Link Aja. *digital services* yaitu seperti mendirikan Telkomsel Mitra Inovasi (TMI) sebagai *investment* Telkomsel utk investasi di digital *start up* company seperti kredivo (Fintech) roambe (IoT) PrivyID (digital process), Qlue, Inspigo dan SekolahMu.

Berdasarkan observasi awal yang penulis sejak tahun 2021 yang dilakukan sebelumnya dengan penyebaran *google form* untuk mendapatkan informasi masukan-masukan atau masalah-masalah yang sering terjadi pada

aplikasi Digipos Aja. Sebagai observasi awal bagi peneliti untuk menggali lebih dalam terkait objek penelitian. Hasil observasi awal terhadap 488 Reseller yang berada di Makassar memperlihatkan informasi sebagai berikut:

Problematika lain yang terjadi pada Digipos Aja yaitu perbaikan transaksi gagal/ pending sebesar 22% (108) hal ini dijelaskan dalam wujud transaksi sering gagal via Digipos Aja tapi saldo otomatis terpotong, ini menjadi masalah utama karena berdampak mengurangi saldo Digipos Aja *reseller* dan pelanggan belum mendapatkan paket yang di beli. Ini sangat merugikan *reseller* maupun pembeli dan berdampak kepada image Telkomsel sebagai penyedia layanan aplikasi ini. Selain transaksi sering gagal, waktu pending juga lama dan berdampak terhadap kepada *reseller* menjadi ragu-ragu untuk melakukan penjualan selanjutnya.

Produk harga & paket kompetitif yang diperlihatkan pada harga & paket di Digipos Aja harus lebih terjangkau dibandingkan app lain. Selain aplikasi Digipos Aja banyak aplikasi-aplikasi yang serupa untuk penjualan pulsa dan PPOB seperti aplikasi Langit Pay, PAYFAZZ, Topindo, dan sebagainya. Untuk penjualan pulsa aplikasi selain Digipos Aja lebih murah dan lebih agresif sehingga harga Digipos Aja terkadang lebih mahal dan membuat *reseller* mempunyai banyak aplikasi dan menjual pulsa dengan yang lebih murah. Selain harga pulsa di aplikasi Digipos Aja lebih mahal untuk paket *voice* juga lebih mahal, dan ini juga membuat *reseller* menjadi kurang bersemangat menggunakan Digipos Aja untuk menjadi aplikasi yang utama karena harga kurang kompetitif.

Penetapan harga untuk produk aplikasi Digipos Aja secara sederhana, harga ditetapkan berdasarkan total biaya produksi plus keuntungan. Telkomsel memiliki strategi menetapkan margin keuntungan yang wajar, sehingga harga dapat “terjangkau” oleh konsumen. Untuk barang yang diproduksi oleh banyak produsen, ada mekanisme persaingan, yang memungkinkan harga terbentuk berdasarkan hukum. Harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Dalam arti yang lebih luas, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli, (Philip Kotler dan Gary Armstrong, 2013).

Harga semat-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal “murah” atau “mahal”nya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Untuk mengatakan perlu terlebih dahulu dibandingkan dengan harga produk serupa yang diproduksi atau dijual perusahaan lain. Artinya, perusahaan perlu selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi.

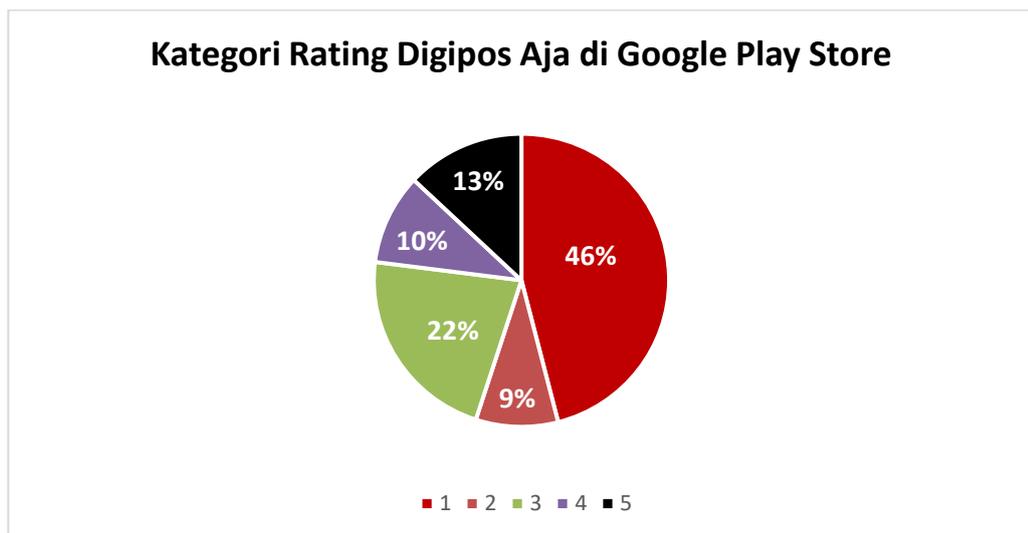
Kualitas Produk aplikasi Digipos Aja harus mampu diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh. Jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen. Dalam hal yang terpenting adalah menjaga konsistensi dari output produk pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Singkatnya, alternatif tersebut setidaknya bekerja sebaik yang anda harapkan. Kepuasan konsumen adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan. Kepuasan dapat didefinisikan pula sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat dipenuhi melalui produk yang dikonsumsi, (Daryanto dan Setyobudi, 2014).

Permasalahan lain terhadap aplikasi Digipos Aja adalah jaringan kualitas turun akibat listrik padam sebesar 13% (64) yang diperlihatkan melalui transaksi Digipos Aja yang sering gagal karena jaringan tidak stabil saat pemadaman listrik. Untuk daerah tertentu kualitas jaringan sangat tergantung dengan masalah listrik, ketika ada pemadaman kualitas menjadi buruk kualitas jaringan dan kapasitas jaringan juga berkurang sehingga penggunaan aplikasi Digipos Aja juga terganggu, karena aplikasi tersebut cukup berat sehingga memerlukan kualitas yang bagus. Masukan kepada Telkomsel untuk memperbaiki dan support kualitas jaringan sehingga untuk keperluan kelancaran *reseller* melakukan transaksi

Jaringan kualitas internet kurang bagus sebesar 10% (49) yang diperlihatkan pada kualitas jaringan internet perlu ditingkatkan agar lebih stabil

saat transaksi. Dalam hal ini penyebabnya adalah jaringan yang kurang bagus di daerah tertentu yang berakibat kelangsungan penjualan pulsa, paket data dari aplikasi Digipos Aja menjadi terkendala. *Reseller* mengharapkan kualitas jaringan data harus cepat sehingga pelanggan dapat menikmati kelancaran berselancar di internet untuk kelancaran menonton video, mendengarkan musik, membuka social media.

Digipos Aja kestabilan aplikasi (terlog out, hang, dll.) 9% (43) yang diperlihatkan pada kestabilan aplikasi Digipos Aja juga menjadi harapan utama pelanggan. Begitu aplikasi di gunakan dan terjadi terlog-out sendiri ini juga sangat mengganggu *reseller* untuk melayani pelangganya. Selanjutnya untuk meneruskan transaksi maka *reseller* harus melakukan *login* kembali yang cukup memakan waktu. Promosi dari aplikasi Digipos Aja dari aspek kecepatan dan kemudahan untuk melayani pelanggan bagi *reseller* adalah hal yang diharapkannya, dimana promosi yang diberikan oleh pihak Telkomsel terhadap produknya yang melalui menggunakan aplikasi untuk transaksi terkadang tiba-tiba aplikasi tersebut keluar sendiri, sehingga pengguna harus melakukan membuka aplikasi dari awal sehingga juga menyebabkan kerumitan dan kepanikan ketika saat melayani pelanggan.

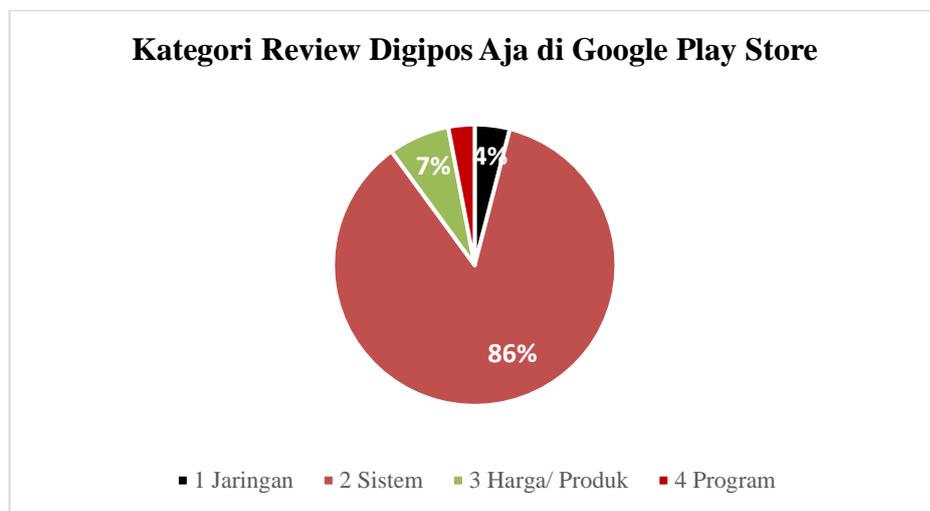


Gambar 1. 6 Kategori Rating Digipos Aja

Source: Google Play Store

Berdasarkan kategori rate yang di berikan oleh user 1 sampai 5 dengan periode 3 bulan sejak april sampai juni tahun 2022 pertama sebanyak 46% memberikan rating 1, kedua 22% rating 3, ketiga 13% memberikan rating 5, keempat memberikan rating 4 dan kelima 9% memberikan rating 2.

Dengan kategori 1 dengan 46% menjadi prioritas pertama yang harus di selesaikan dengan membuat ide-ide yang dapat memberikan kepuasan pelanggan, bagi Digipos Aja masalah utama dapat memberikan ruang untuk tumbuh.



Gambar 1. 7 Kategori Review Digipos Aja

Source: Google Play Store

Peneliti melakukan review aplikasi Digipos Aja dari google play periode bulan april sampai dengan juni 2022 atau selama 3 bulan, selanjutnya kami ambil 100 reviewer yang memberikan hasil review atau review dari pelanggan dan sebanyak 86% adalah mengenai sistem yang menjadi problem utama. Berikut sampel user yang memberikan review dengan kategori 1 dan terutama mengenai system.

“setiap gangguan selalu merugikan, yang awalnya transaksi gagal tiba2 jadi sukses, yang transaksinya gagal tapi saldo malah kepotong tanpa ada pengembalian dana, memang harus siap saldo hilang kalau tiba2 gangguan, ayo dong diperbaiki performanya . . .”

“Sering banget kayak gini. Misalnya ada yang beli pulsa. Terus pas di cek riwayat transaksinya gagal, terus di refresh lagi tetap masih gagal transaksinya. Otomatis saya ulang lagi dong transaksi pulsanya. Tapi pas di ulang lagi dengan

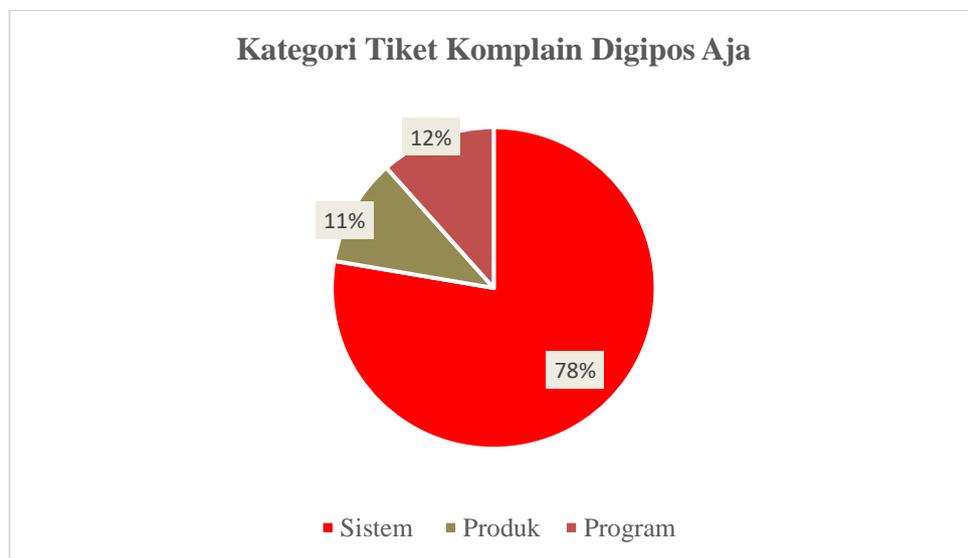
transaksi yang sama, ehh yang transaksi yang gagal pertama tadi statusnya berubah jadi berhasil. Otomatis double dong ke isi pulsanya

“ada yang bilang bagus, ada yang bilang nggak, tapi disini saya sebagai outlet mandiri yang masih pemula merasa bahwa aplikasi Digipos agak sulit dan ribet dan saya minta tolong deh setidaknya ada chat customer untuk tanya², saya verifikasi linkaja udah berapa kali dicoba nggak bisa, eh tau nya bisa pas foto KTP kembali lagi ke awal, udah dicoba tetep aja, dan ada juga masalah lain, seperti sesi berakhir, tolong dong diperbaiki secepatnya, karna disini cuma ada jaringan Telkomsel

“TOLONG BERI RIWAYAT ARUS SALDO ngeri sekali gak ada riwayat arus saldo kalo ada pengurangan karna error tapi kita gak sadar, atau pas top up gak masuk tp kita gak sadar. masa sekelas app provider kalah sama app all operator yg bisa lihat detil arus saldo.”

“Tolong di perbaiki lg, makin lelet aplikasi Digipos untuk transaksi, sebelumnya lancar aja setelah di update makin lelet. Trpaksa makai dulu aplikasi fastpay tuk transaksi pulsa.”

Berdasarkan layanan Digipos Aja pengguna dapat melakukan komplain terkait dengan layanan, ada menu bantuan yang dapat membantu pengguna untuk memberikan keluhan pelanggan dengan menampilkan kategori keluhan pelanggan yang di susun berdasarkan banyaknya pertanyaan dari keluhan.



Gambar 1. 8 Kategori Tiket Komplain Digipos Aja

Source: Raport Internal Telkomsel

Berdasarkan tiket komplain pelanggan pada periode april – juni 2022 yang masuk 130 tiket komplain, dari semua tiket komplain dengan kategori:

- 1) Keluhan masalah system 78%, atau sebanyak 101 yang memberikan tiket keluhan mengenai system aplikasi Digipos Aja, di antaranya:
 - Mengenai registrasi user dan aktivasi Link Aja terdapat 20 tiket dengan keluhan gagal saat melakukan registrasi awal, error saat merubah PIN Link Aja, cara mengisi saldo melalui *virtual account* juga menjadi problem karena harus masuk ke aplikasi bank.
 - Saldo terpotong, kuota tidak masuk, terdapat 20 tiket juga dengan keluhan saldo sudah terpotong, status sukses tetapi pelanggan belum menerima kuota atau kuota tidak sesuai.
 - Penggunaan aplikasi, terdapat 16 tiket di antaranya tidak bisa melakukan login, tidak menerima kode verifikasi
 - Gagal transaksi, terdapat 14 dengan keluhan nomor pelanggan tidak muncul, metode pembayaran tidak dapat di gunakan.
 - Pembelian PPOB gagal, terdapat 7 tiket dengan keluhan pembelian toket PLN tetapi pembelian sukses dan token tdk masuk dan saldo terpotong.
- 2) Keluhan masalah produk 12% atau tiket yang masuk ada 14, di antaranya berupa keluhan informasi metode pembayaran, panduan dan layanan, informasi produk orbit.
- 3) Keluhan masalah program 13% atau tiket yang masuk ada 15, di antaranya berupa keluhan program digistar tidak masuk poin bintang nya, sisa bintang tidak muncul, gagal melakukan penukaran hadiah/kupon tetapi bintang berkurang.

Mokapos berdasarkan review di google playstore pada periode februari sampai juli tahun 2022 atau selama enam bulan terakhir terdapat 50 yang memberikan review dengan kategori rating 1 sampai dengan rating 5 dengan review sebagai berikut:

- 1) Rating 1: 24% terhadap total reviewer dengan total 50, review terutama terkendala dengan aplikasi ini yaitu:
 - Aplikasi masih lambat kurang sesuai dengan harapan pengguna
 - After sales atau pelayanan di rasakan pelanggan kurang membantu solusi pengguna yang menginginkan solusi lebih cepat

- Cara mendaftar di rasa masih aga sulit tidak sesuai dengan harga dari aplikasi
 - Hanya sesuai untuk kebutuhan restaurant/usaha kuliner
 - Ada masalah dengan printer yang tidak sesuai dengan printer tertentu
- 2) Rating 2: 10% memberikan review sebagai berikut:
- Masalah printer yang hanya sesuai dengan merek epson
 - Aplikasi membutuhkan perangkat pendukung yang tidak di sediakan oleh mokapos
 - Aplikasi sering offline, sehingga terjadi selisih data padahal sudah masuk ke web mokapos
- 3) Rating 3: 8% memberikan review sebagai berikut:
- Aplikasi muncul iklan, dan iklan tdk bisa hilang dan mengganggu pengguna
 - Ada gangguan saat login dan pendaftaran
- 4) Rating 4: 8% memberikan review yang lebih baik di antaranya
- Ada masalah dengan perangkat lain terutama masalah printer, secara keseluruhan aplikasi ini cukup memuaskan pengguna.
 - Rekomendasi untuk bisnis kuliner
- 5) Rating 5: 50% memberikan review kepuasan penggunaan aplikasi di antaranya:
- Kemudahan penggunaan
 - Ada pengelolaan stock dan fungsi inventory
 - Ada laporan penjualan dan laba rugi
 - Sudah terintegrasi dengan *e-wallet*
 - Ada menu favirote yang memudahkan pencarian produk

Aplikasi sejenis seperti sooltanpay juga mempunyai masalah yang saya terkait dengan sistem dari aplikasi, review dari google playstore dengan periode januari sampai dengan juni tahun 2022 terdapat 18 reviewer dengan memberikan rating sebagai berikut:

- 1) Rating 1: 17 % memberikan review aplikasi lemot, aplikasi tidak bisa input barang, update ke VIP tetapi masih belum memberika kepuasan pelanggan.
- 2) Rating 2: 17% memberikan review menu jualan tidak muncul padahal sudah scan barcode, apkikasi sering *logout*,
- 3) Rating 3: 33% memberikan review aplikasi sering *logout*, loading input data masih lambat.
- 4) Rating 4: 11% memberikan review fitur struknya di sediakan di versi berikutnya, respon admin lambat
- 5) Rating 5: 22% memberiakn review sangat puas dengan aplikasi ini karena bermanfaat buat UMKM, aplikasi simple dan mudah di gunakan, memudahkan mengelola keuangan, aplikasi kasir juga sangat membantu.

Sesuai visi Telkomsel adalah menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital mobile kelas dunia yang terpercaya dan misi adalah memberikan layanan dan digital mobile yang melebihi espektasi para pengguna, menciptakan nilai lebih bagi para pemegang saham serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa. Espektasi atau kepuasan pelanggan menjadi hal yang harus di lalukan oleh Telkomsel kepada pelanggannya, kemudian menurunkan ke dalam *Corporate Strategic Planning (CSP)* Telkomsel salah satu temanya adalah *optimize the core* dengan membuat 5 kunci strategi dan salah satunya adalah *Exceptional customer experience and offering* dengan indikator-indikatornya adalah *Hyper-personalize CJX & CVM based on data analytics and AI-driven tools to help better customer's needs using true personalized offers and relevant purchasing channel. Customer Value Management (CVM)* adalah produk yang di deliver oleh pelanggan untuk mendapatkan paket-paket yang lebih menarik untuk pelanggan yang di berikan secara personal dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Produk CVM juga di deliver produk Telkomsel melalui Digipos Aja yang di sesuaikan dengan misi dan Corporate strategic planning Telkomsel.

Transformasi terhadap teknologi Digipos Aja dibutuhkan sehingga jika diperbaiki kualitas aplikasi Digipos Aja ini akan memberikan performansi revenue, performansi penekanan biaya dan manfaat lebih baik lagi sehingga tercipta kepuasan konsumen. Performansi revenue adalah objective perusahaan

untuk membangun bisnis jangka panjang, dengan menambah channel penjualan melalui aplikasi digital Digipos Aja dapat menjangkau sampai ke pelosok atau desa terdepan, terluar, terpencil walaupun secara infrastruktur tidak ada dapat di layani oleh aplikasi sales. Untuk performansi biaya saat ini penjualan produk fisik seperti voucher fisik sangat membutuhkan biaya produksi, biaya pengiriman, biasa insentif kepada *reseller* yang lebih tinggi di bandingkan dengan produk elektronik seperti melalui aplikasi Digipos Aja.

Penguatan ekosistem digital dari Telkomsel secara konsisten terus membuka lebih banyak peluang bagi berbagai elemen bangsa dalam mengoptimalkan potensi melalui pemanfaatan teknologi digital terdepan yang tepat guna. Berdasar dari hal tersebut maka dari itu peneliti tertarik mengambil kajian mengenai **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN RESELLER PADA APLIKASI SALES DIGIPOS AJA DI TELKOMSEL KOTA MAKASSAR”**.

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan Digipos Aja menjadi potensi besar untuk berkolaborasi dengan layanan dan produk lainnya untuk memenuhi kebutuhan UMKM dan menjadi *super apps* di Indonesia.

Penulis dengan penelitian ini juga ingin mempersembahkan sebuah perumusan dari hasil penelitian ini bisa menjadi referensi yang *aplibacle* untuk semua Aplikasi digital payment dan dapat di uraikan rumusan permasalahan, sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh kualitas produk Digipos Aja terhadap kepuasan konsumen di Kota Makassar?
- b. Bagaimana pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen di Kota Makassar?
- c. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen di Kota Makassar?
- d. Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga dan promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Kota Makassar?

1.4. Tujuan Penelitian

Penyusunan penelitian ini tentunya memiliki tujuan sebagai arah untuk bisnis ini dapat bergerak lebih adaptif, berikut tujuan penelitian ini:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk Digipos Aja terhadap kepuasan konsumen di Kota Makassar.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap kepuasan konsumen di Kota Makassar.
- c. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen di Kota Makassar.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Kota Makassar.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai manfaat dari aspek teoritis untuk:

- a. Menambah wawasan terkait dengan perlunya pemahaman *customer behavior* dan perkembangan teknologi dalam mendigitalisasi proses bisnis yang lebih adaptif.
- b. Memberikan gambaran terkait dengan strategi yang tepat untuk meningkatkan nilai tambah dari digitalisasi.

1.5.2. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai manfaat dari aspek praktis untuk:

- a. Memberikan pendekatan baru untuk membuat produk dan layanan yang lebih *customer centric*.
- b. Meningkatkan pertumbuhan bisnis dengan memanfaatkan aplikasi dan mencari solusi dengan berkolaborasi di aplikasi.
- c. Mengakselerasi ekosistem digital kepada bangsa agar semakin cepat menjadi bangsa yang mandiri dan adaptif masyarakatnya.

1.6. Sistematika Penulisan

Penyusunan tugas akhir ini menggunakan sistematika yang terbagi dalam uraian lima bab sebagai berikut:

a) BAB I Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum terkait dengan transformasi digital perusahaan telekomunikasi, Digipos Aja Memiliki nilai tambah dengan menjadi aplikasi pilihan utama untuk menjadi bagian dari para UMKM untuk mengembangkan produk dan menjual produk yang lebih mudah dan cepat serta bagi kepuasan konsumen yang merasakan berbagai produk yang diberikan oleh Telkomsel melalui aplikasi Digipos Aja.

b) BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi teori-teori terkait penelitian dan penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan dan penelitian. Bab ini menguraikan tentang konsep teknologi informasi, program aplikasi Digipos Aja, konsep kualitas produk, dimensi kualitas produk, faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk Digipos Aja, konsep harga, promosi, kepuasan konsumen, Pengaruh Kualitas Produk Aplikasi Digipos Aja, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen.

c) BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi jenis pendekatan penelitian, populasi dan sample karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel.

