

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada bagian ini akan menjelaskan dan memberikan gambaran umum mengenai objek penelitian yang menjadi fokus pembahasan.

#### 1.1.1 Profil Singkat Telkom Indonesia

PT. Telkom Indonesia (Persero), Tbk. atau biasa disebut dengan Telkom merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi, informasi, komunikasi dan telekomunikasi di Indonesia (Telkom Indonesia, t.t.).



Gambar 1.1.1 Transformasi Logo Telkom Indonesia

Sumber Data yang telah diolah

Logo Telkom terbaru ditetapkan berdasarkan Peraturan Perusahaan No.PD.201.03/2014 tentang New Corporate/Brand Identity tertanggal 20 Juni 2014. Makna logo terbaru Telkom Indonesia mengacu pada filosofi Telkom Corporate, yaitu *Always the Best* – sebuah keyakinan dasar untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan dan senantiasa

memperbaiki hal-hal yang biasa menjadi sebuah kondisi yang lebih baik, dan pada akhirnya akan membentuk Telkom menjadi pemain telekomunikasi terbaik.

Sedangkan untuk *tagline the world in your hand* Bermakna “Dunia dalam Genggaman Anda” menyampaikan pesan bahwa Telkom akan membuat segalanya menjadi lebih mudah dan lebih menyenangkan dalam mengakses dunia.

Sejarah Telkom dimulai pada tahun 1856, tepatnya pada 23 Oktober, ketika saat itu Pemerintah Kolonial Belanda mengoperasikan telegraf elektromagnetik yang menghubungkan Batavia (Jakarta) dan Buitenzorg (Bogor). Selama bertahun-tahun, perusahaan ini berkembang dan memperluas layanan-layanan yang ditawarkannya.

Pemerintah Indonesia di tahun 1965 memisahkan layanan pos dan telekomunikasi, sehingga PN Postel dipecah menjadi dua entitas, yaitu Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro) dan Perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Selanjutnya di tahun 1974, PN Telekomunikasi dipecah menjadi Perumtel, yang menyediakan layanan telekomunikasi dan PT INTI, yang memproduksi peralatan telekomunikasi (Telkom Indonesia, 2023).

Pada tahun 1991, perusahaan ini mengubah namanya menjadi Perusahaan Telekomunikasi Indonesia (PT Telkom). Kemudian di tahun 1995, PT Telkom menjadi perusahaan publik dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Surabaya. Saat ini mayoritas saham Telkom Indonesia dimiliki oleh Pemerintah Indonesia yaitu 52,09%, sedangkan sisanya 47,91% dimiliki oleh publik. Saham Telkom Indonesia dicatatkan di BEI/IDX dengan kode salam TLKM dan TLK untuk NYSE Amerika Serikat (Telkom Indonesia, t.t., 2017).

### **1.1.2 Divisi Telkom Regional II**

Divisi Telkom Regional II merupakan salah satu organisasi di dalam Telkom Indonesia, yang dibentuk pada tahun 2014. Divisi Telkom Regional II masuk ke dalam fungsi organisasi teritori yang saat ini mencakup wilayah Jakarta Raya, Bogor, Tangerang, Bekasi, dan Banten.

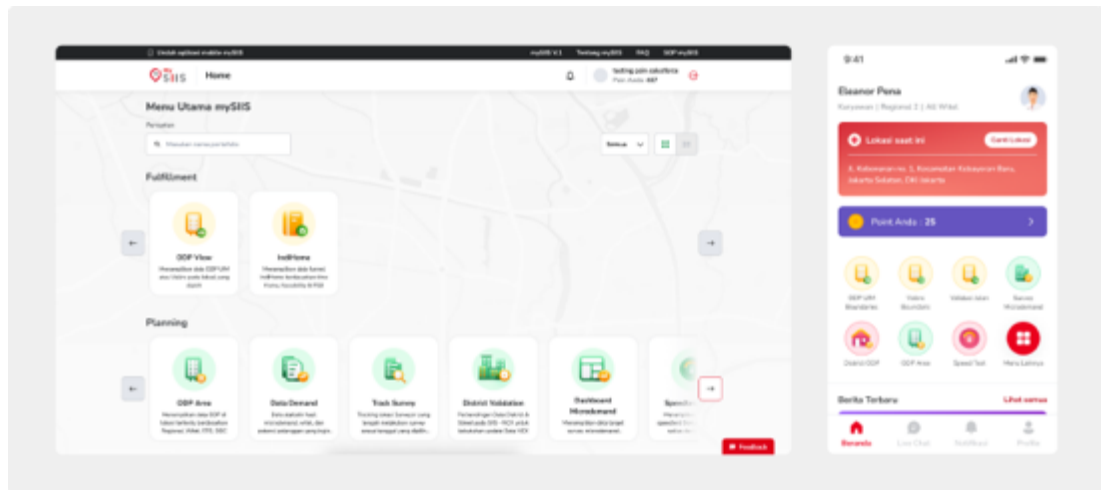
Tujuan dibentuknya organisasi Divisi Telkom Regional adalah untuk memerankan fungsi *engineering, cross dimensional alignment, cross local operational & group integration, tactical resource, and talent alocation, execution control* serta koordinator bagi Telkom Wilayah Telekomunikasi (Witel) yang diperankan sebagai pelaksana aktivitas operasional bisnis pada ujung tombak pelayanan di seluruh wilayah geografis domestik pelayanan Telkom.

Menurut nota dinas yang menjelaskan tentang kebijakan organisasi Divisi Telkom Regional II tahun 2019, Divisi Telkom Regional II dipimpin oleh *Executive Vice President* atau biasa disebut dengan EVP. Tugas pokok EVP Telkom Regional II adalah memastikan efektivitas operasional Telkom di teritori melalui pengaturan alokasi *resource* dan koordinasi/supervisi/pembinaan operasional dalam eksekusi program-program utama perusahaan dalam lingkup Telkom *Group*.

Dalam pelaksanaan tugasnya, EVP Telkom Regional II dibantu oleh 2 (dua) *Deputy EVP Marketing* dan *Deputy EVP Infrastructure*, 4 (empat) *Senior Manager*, dan 10 (sepuluh) *Operational Senior Manager*.

### **1.1.3 MySIIS (Sales IndiHome Information System)**

MySIIS atau Sales IndiHome Information Syste merupakan salah satu aplikasi digitisasi yang dikembangkan oleh Telkom Indonesia untuk mendukung transformasi digital perusahaan yang sedang berlangsung saat ini. MySIIS dirancang untuk mengadopsi semua kebutuhan digitisasi dan inovasi pengguna dalam satu wadah. Sehingga, MySIIS ini terus dikembangkan dengan membuat portfolio yang sesuai kebutuhan berdasarkan kategori yang ditentukan dan disesuaikan dengan status *job role* pengguna yang ada diantaranya sales, Karyawan, Teknisi, dan lainnya.



**Gambar 1.1.2** Website dan Mobile App MySIIS  
**Sumber** Data Internal MySIIS

MySIIS versi pertama dirilis pada tahun 2020 dan saat ini sudah mencapai versi kedua yang dirilis pada bulan Desember 2022 lalu. Sampai sekarang, pengembangan terus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna dalam memudahkan proses bisnis yang saat ini berlangsung di Telkom Indonesia (CED, 2022).

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

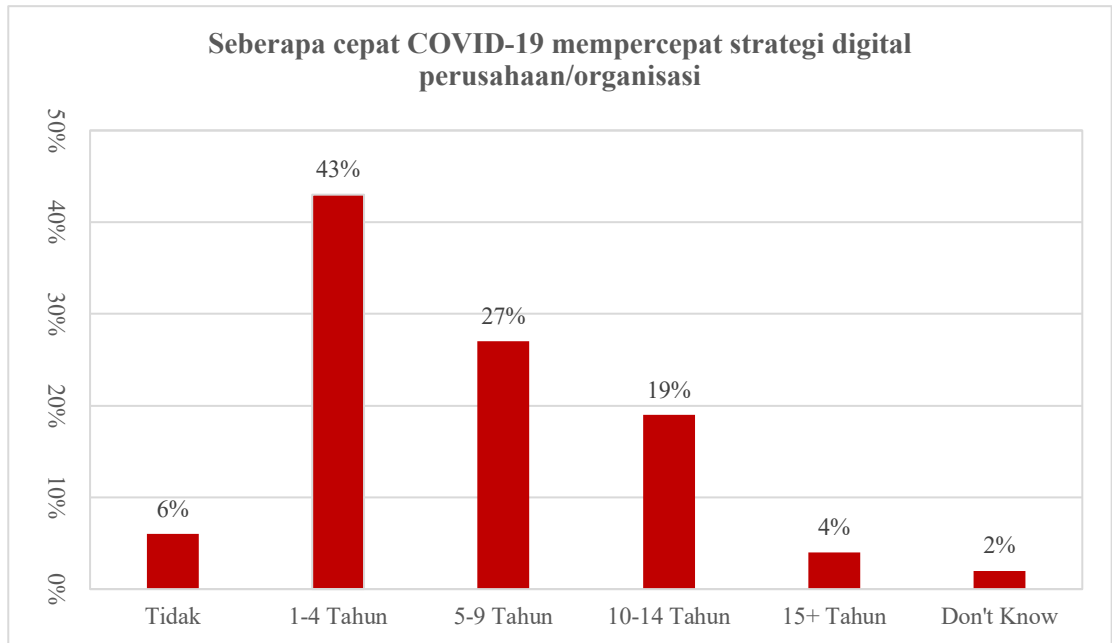
Teknologi saat ini memiliki peran krusial dalam mendorong pertumbuhan dan meningkatkan persaingan di berbagai sektor. Inovasi teknologi telah membawa efisiensi dan produktivitas yang signifikan, mengubah cara kita bekerja, berinteraksi, dan berkomunikasi. Selain itu, disrupsi teknologi digital yang sedang terjadi saat ini dan sudah menjadi ketakutan bagi banyak perusahaan di dunia. Dari sepuluh perusahaan global teratas berdasarkan kapitalisasi pasar satu dekade lalu, hanya dua perusahaan yang mampu mempertahankan posisi mereka di peta persaingan, namun banyak sisanya yang tergantung oleh pemain digital (Reeves & Whitaker, 2019). Oleh karena itu, sudah tidak mengherankan jika perusahaan-perusahaan yang sudah mapan di sektornya masing-masing sedang berusaha untuk melakukan upaya transformasi digital untuk dapat melindungi diri dari ancaman disrupsi teknologi digital tersebut.

Transformasi digital merupakan sebuah proses di mana perusahaan menyematkan teknologi di seluruh proses bisnis mereka untuk mendorong perubahan fundamental perusahaan tersebut (Accenture, t.t.). Dengan mengadopsi teknologi, perusahaan dapat mempercepat proses bisnis, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan kualitas layanannya untuk pelanggan. Selain itu, dengan transformasi digital perusahaan dapat dengan cepat beradaptasi dengan dinamika pasar serta lebih inovatif dalam pengembangan produk dan meningkatkan *consumer experience* (Accenture, t.t.).

Terdapat dua konsep yang terkait dengan transformasi digital yaitu digitisasi dan digitalisasi. Digitisasi adalah sebuah proses perubahan informasi dan data analog/fisik menjadi digital, contohnya dokumen atau foto kertas yang di-*scan* kemudian disimpan ke dalam penyimpanan komputer. Sedangkan digitalisasi adalah memanfaatkan teknologi digital untuk mengubah proses bisnis.

Pandemi COVID-19 pada tahun 2020 memperlihatkan bahwa seberapa pentingnya transformasi digital dilakukan pada organisasi. Seperti produsen, penjual ritel, dan perusahaan beradaptasi dengan cepat dan mengadopsi teknologi yang membuat mereka untuk tetap terus beroperasi dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan (Twilio, 2020). Selain itu, berdasarkan data dari Accenture, bahwa pandemi COVID-19 telah meningkatkan akselerasi adopsi teknologi (Accenture, t.t.).

Sehingga, dengan segala sesuatu yang saat ini dapat berubah dengan sangat cepat dan dengan adanya pengaruh serta dorongan dari pandemi COVID-19 yang terjadi ada 2020 lalu, transformasi digital menjadi prioritas untuk sebuah perusahaan yang dapat dilihat dari laporan yang dirangkum oleh Twilio kalau banyak perusahaan mempercepat strategi digital mereka sekitar enam tahun (Twilio, 2020), yang dapat dilihat pada gambar grafik di **Gambar 1.2.1**.



**Gambar 1.2.1** Akselerasi Interaksi Digital Twilio

**Sumber** Laporan Survey Twilio (COVID-19 Digital Engagement Report) (Twilio, 2020)

Senada dengan laporan survei yang dilakukan oleh Twilio, laporan dari McKinsey juga menyatakan bahwa banyak perusahaan yang mempercepat adopsi teknologi digital mereka beberapa tahun dan kemungkinan bisa terjadi lebih banyak lagi di masa depan (LaBerge dkk., 2020).

Perubahan besar seperti transformasi digital tentunya bukanlah sesuatu hal yang mudah untuk dilakukan dalam waktu singkat dan butuh rencana yang matang untuk bisa melakukan.

Sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) terbesar di Indonesia, Telkom Indonesia tengah melaksanakan transformasi digital guna meningkatkan efisiensi bisnis dan memenuhi layanan teknologi informasi terbaik bagi pelanggan. Sejak melakukan transformasi untuk menjadi *digital telco*, Telkom Indonesia membawa 3 (tiga) misi utama yaitu dengan berkomitmen mengambil peran dalam pembangunan infrastruktur dan teknologi digital yang berkelanjutan, memelihara serta mengembangkan talenta-talenta digital terbaik, dan menjadi aktor utama penyedia ekosistem digital (Astutik, 2021).

Telkom Indonesia saat ini telah mengembangkan banyak platform dan aplikasi digital yang dapat dimanfaatkan pada berbagai sektor untuk mendukung peningkatan *consumer experience* seperti platform yang mendukung data center, cloud computing, payment, dan platform lainnya (Ayu, 2022). Oleh karena itu, strategi yang dibentuk dalam proses transformasi digital ini sangat penting untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan.

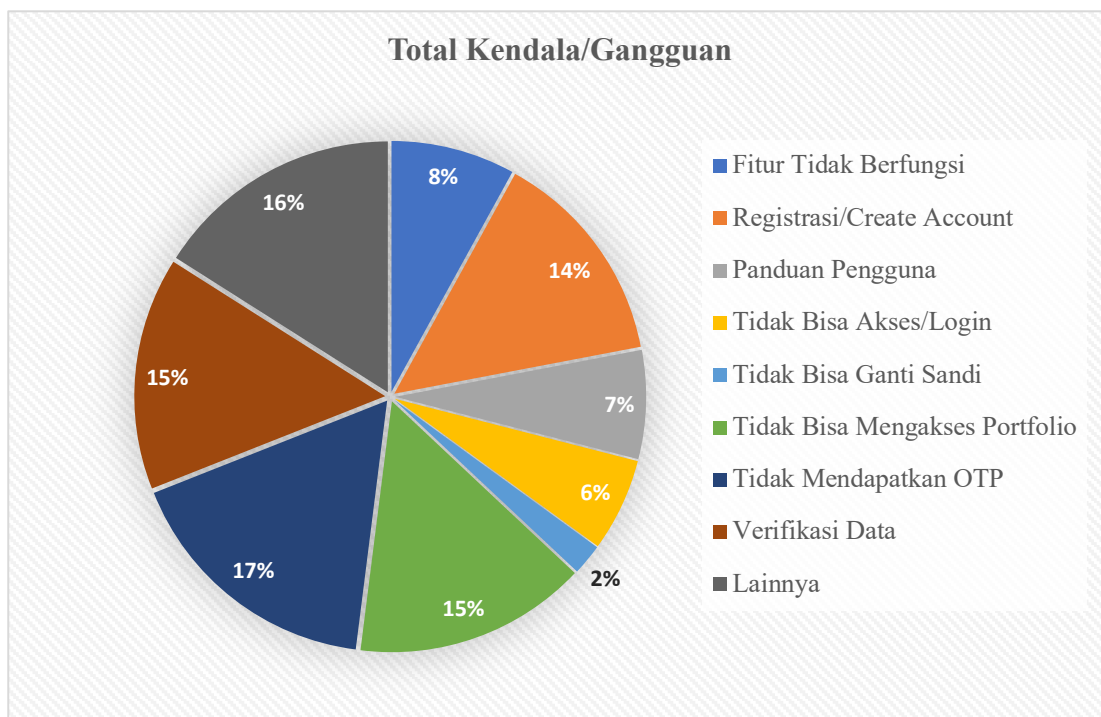
Dalam upaya menjalan agenda transformasi digital yang sedang berlangsung, Telkom Indonesia melalui Tribe Consumer Internal CED (*Consumer Engagement Digitization*) atau yang lebih dikenal dengan Tribe CIC, berupaya untuk menyederhanakan proses bisnis dan meningkatkan pengalaman pengguna dengan mengembangkan beragam platform dan aplikasi pendukung. Salah satunya MySIIS (Sales IndiHome Information System).

MySIIS adalah aplikasi yang diciptakan untuk mengintegrasikan beberapa *tools* yang digunakan oleh pengguna di Telkom Indonesia. Aplikasi ini dirancang untuk menjadi satu wadah yang komprehensif, memfasilitasi kebutuhan digitalisasi dan inovasi demi memudahkan pengguna (CED, 2022). MySIIS menjadi salah satu komponen utama dalam upaya transformasi digital yang diterapkan oleh Telkom Indonesia, dengan fokus utama pada tim *sales* dan karyawan di bidang penjualan. MySIIS pertama kali diperkenalkan pada tahun 2020, dan sejak saat itu terus mengalami perbaikan. Pada bulan Desember 2022, MySIIS mengalami pembaruan signifikan dengan tujuan menjadi alat digital yang mampu mendukung tujuan perusahaan.

Namun, ketika melakukan penelu diskusi dan wawancara dengan Bapak Pranowo Budi, sebagai salah satu *Squad Leader*, dan Ibu Dian Rachmania, *Product Manager* dari MySIIS, peneliti mendapati *insight* penting. Sejak peluncurannya hingga saat pembaruan terakhir, MySIIS belum pernah dilakukan evaluasi terkait penerimaan dan adopsi oleh penggunanya. Hal ini menyebabkan ketidakjelasan atau ketidaktahuan apakah aplikasi ini telah berhasil diadopsi dengan baik oleh

penggunanya, membuat para *stakeholder* tidak memiliki gambaran yang jelas mengenai bagaimana kondisi, serta adopsi dan penggunaan aplikasi saat ini.

Selain temuan dari wawancara dengan *stakeholder*, laporan penggunaan dan keluhan pengguna juga memberikan dukungan penting. Data dari laporan kendala yang diterima melalui kanal live chat dan WhatsApp dari April 2022 hingga Mei 2023 (total 147 laporan) yang terlihat pada **gambar 1.2.2**, mengungkapkan bahwa 25 (17%) laporan mengenai ketidakmenerimaan One-Time Password (OTP), dan 22 (15%) laporan terkait pengguna yang tidak dapat mengakses portofolio serta melakukan verifikasi data.



**Gambar 1.2.2** Diagram Persentase Laporan Kendala atau Gangguan

Sumber Data internal yang telah diolah

Selain itu, hasil pengujian kegunaan (*usability testing*) yang dilakukan pada Februari hingga Maret 2023, dengan melibatkan 6 pengguna aktif MySIIS sebagai responden, memberikan informasi yang pendukung lainnya. Dalam pengujian kualitatif ini, pengguna diminta untuk menyelesaikan serangkaian tugas, dan wawancara digunakan untuk memperoleh wawasan tambahan. Hasilnya,



ditemukan 7 temuan negatif dari 8 tugas yang diujikan, yang dapat dilihat pada tabel 1.2.1

**Tabel 1.2.1** Temuan Pengujian Usability  
**Sumber** Data internal yang telah diolah

Serenity	Kategori	Temuan	%
High	<i>User Experience</i>	Kesulitan dalam pencarian lokasi karena kurangnya opsi filter yang disediakan	50%
Medium	<i>User Experience</i> dan <i>Technical</i>	Kesulitan saat gangguan dan kurangnya <i>awareness</i> metode pilihan metode login yang disediakan untuk pengguna	33%
Medium	<i>Technical</i>	Tidak sesuai beberapa titik pada warna <i>grid smartsales</i>	25%
Medium	<i>User Experience</i>	Posisi beberapa fitur dalam aplikasi membingungkan dan membuat user tidak <i>aware</i>	25%
Medium	<i>User Experience</i>	Membingungkan user pada informasi fitur portfolio yang ada pada aplikasi MySIIS	25%
Low	<i>User Experience</i>	Visibility fitur filter berkurang ketika menggunakan <i>device</i> yang lebih kecil	25%
Low	<i>User Experience</i>	Penggunaan istilah yang tidak dimengerti oleh <i>user</i>	25%

Selain temuan terkait *user experience*, aspek teknis juga muncul sebagai potensi masalah yang dapat mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap MySIIS. Dengan *serenity level* yang tinggi, 3 (50%) responden mengalami kesulitan dalam mencari lokasi, yang disebabkan oleh kurangnya pilihan *filter* yang tersedia. Di sisi teknis, ditemukan masalah bahwa informasi tentang titik yang ada pada *grid smartsales* belum sesuai.

Berdasarkan temuan terhadap kebutuhan dan permasalahan yang ada, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis penerimaan pengguna terhadap adopsi aplikasi MySIIS khususnya untuk penggunaan di Telkom Regional 2. Secara lebih rincinya, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami faktor-

faktor yang mempengaruhi niat perilaku pengguna dalam menggunakan Aplikasi MySIIS.

Dalam upaya untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan model yang dikenal sebagai *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Pemilihan model UTAUT, berdasarkan pada penelitian yang sudah dipublikasikan yang menunjukkan tentang UTAUT terbukti dapat menunjukkan dan menjelaskan penerimaan teknologi khususnya untuk mendukung proses transformasi digital.

Setiap variabel pada UTAUT dijadikan sebagai alat ukur untuk mendapatkan hasil sejauh mana pengguna mengadopsi MySIIS, yang mana *performance expectancy* digunakan untuk menilai sejauh mana MySIIS memberikan efisiensi dan efektifitas dalam pekerjaan, *effort expectancy* untuk menilai seberapa mudah pengguna dalam mengadopsi MySIIS dalam pekerjaan, *social influence* untuk mengetahui apakah pengaruh sosial atau lingkungan dapat mempengaruhi pengguna dalam mengadopsi MySIIS, kemudian *facilitating condition* sebagai variabel untuk mengukur sejauh mana fasilitas yang ada dapat mempengaruhi keinginan pengguna dalam mengadopsi aplikasi MySIIS.

Selain empat variabel tersebut, pada penelitian ini juga menambahkan variabel *perceived credibility*, yang mana variabel tersebut digunakan sebagai alat ukur apakah kredibilitas data yang diberikan mempengaruhi adopsi Aplikasi MySIIS sebagai alat pendukung pekerjaan mereka. Kemudian, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi peran dari perusahaan yang dirasakan oleh pengguna melalui variabel *perceived organizational support* sebagai faktor moderator antara niat perilaku dan penggunaan aplikasi tersebut.

Hasil dari evaluasi menggunakan model UTAUT ini akan digunakan sebagai dasar dalam proses *expert validation* yang untuk memvalidasi temuan yang ada, yaitu temuan terhadap variabel yang nantinya dianggap lemah atau tidak memberikan pengaruh terhadap adopsi pengguna pada aplikasi MySIIS.

Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam bagi Telkom Indonesia mengenai bagaimana meningkatkan strategi transformasi digital dan pengalaman pengguna. Hal ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pengguna dan pelanggannya.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, sebagai bagian dari salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) terbesar di Indonesia, Telkom Indonesia tengah menjalankan proses transformasi digital yang ambisius. Dalam konteks ini, salah satu inisiatif yang mencolok adalah pengembangan Aplikasi MySIIS, atau Sales IndiHome Information System. MySIIS dirancang sebagai solusi yang akan membantu para karyawan internal Telkom dengan mengintegrasikan berbagai alat dan fitur. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan efisiensi, efektivitas, dan kemudahan dalam menjalankan tugas-tugas digital, sekaligus memenuhi kebutuhan digitalisasi, digitalisasi, serta inovasi yang berkaitan

Meskipun MySIIS memiliki potensi yang signifikan dalam mendukung transformasi digital perusahaan, hingga saat ini belum ada evaluasi formal yang dilakukan untuk mengukur tingkat adopsi dan penerimaan Aplikasi MySIIS oleh pengguna, terutama di Telkom Regional 2.

Hasil wawancara dengan para pemangku kepentingan, seperti Bapak Pranowo Budi, sebagai salah satu *squad Leader* dan Ibu Dian Rachmania, *product Manager* dari MySIIS, telah memberikan *insight* penting. Mereka menunjukkan bahwa sejak peluncuran MySIIS pertama kali pada tahun 2020 hingga pembaruan terakhir pada Desember 2022, belum ada evaluasi menyeluruh yang dilakukan terhadap sejauh mana MySIIS telah diadopsi dengan baik oleh pengguna, serta sejauh mana dukungan organisasi telah diberikan.

Dari informasi tersebut, rumusan masalah dan tujuan penelitian menjadi lebih relevan. Temuan dan rekomendasi yang muncul dari wawancara dengan para

*stakeholders* juga menjadi panduan kunci dalam penelitian ini. Selain itu, sejumlah permasalahan terkait MySIIS telah diidentifikasi melalui laporan pengguna mengenai kendala dan masalah yang mereka alami. Ini meliputi masalah seperti pengguna yang tidak mendapatkan One-Time Password (OTP), kesulitan melakukan verifikasi, ketidakmampuan mengakses portofolio dalam aplikasi MySIIS, dan permasalahan lainnya.

Tidak hanya itu, temuan dari pengujian kegunaan (*usability testing*) juga menyoroti berbagai permasalahan, baik dari segi pengalaman pengguna maupun aspek teknis, seperti kesulitan dalam pencarian lokasi akibat kurangnya opsi filter yang disediakan, serta ketidaksesuaian beberapa titik dalam warna *grid smartsales*.

Dengan demikian, data dan temuan ini secara jelas menunjukkan bahwa masih ada ruang *improvement* untuk optimalisasi dalam adopsi MySIIS oleh pengguna, terutama di kalangan mereka yang terlibat dalam penjualan dan aspek teknis. Kendala-kendala yang muncul dalam penggunaan aplikasi, baik yang berkaitan dengan pengalaman pengguna maupun aspek teknis, serta pertimbangan tentang kredibilitas informasi dan keamanan data, serta dukungan organisasi, semuanya menjadi faktor yang memengaruhi niat pengguna dalam menggunakan MySIIS dalam pekerjaan sehari-hari. Oleh karena itu, fokus utama penelitian ini adalah untuk menganalisis penerimaan pengguna terhadap adopsi MySIIS berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi.

Pemilihan model UTAUT, berdasarkan pada penelitian yang sudah dipublikasikan yang menunjukkan tentang UTAUT terbukti dapat menunjukkan dan menjelaskan penerimaan teknologi khususnya untuk mendukung proses transformasi digital. Selanjutnya, pada model UTAUT yang ada dilakukan modifikasi dengan menerapkan variabel independen dan variabel moderasi dalam model ini didasarkan pada hasil penelitian yang relevan, seperti penelitian yang berjudul “*Assessing the Physicians’ Acceptance of E-Prescribing in a Developing Country: An Extension of the UTAUT Model with Moderating Effect of Perceived Organizational Support* (Khan dkk., 2018)”. Variabel yang digunakan antara lain,

*performace expectancy* (PE), *effort expectancy* (EE), *social influence* (SI), *facilitating conditions* (FC), *perceived credibility* (PC), *perceived organizational support* (PO) akan digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku dan penggunaan aplikasi ini khususnya pada permasalahan yang menjadi landasan pada penelitian ini.

Sebagai aplikasi yang menjadi komponen wajib dalam rutinitas pekerjaan sehari-hari, MySIIS telah menjadi elemen penting dalam ekosistem kerja. Namun, masih ada beberapa tantangan yang perlu diatasi terkait dengan kemudahan penggunaan dan pengalaman pengguna (*user experience*), terutama yang terkait dengan variabel *effort expectancy*. Selain itu, perhatian yang besar juga diberikan pada kredibilitas informasi dan keamanan data pengguna, yang berhubungan dengan temuan yang berkorelasi dengan variabel *perceived credibility*, serta peran penting yang dimainkan oleh dukungan organisasi yang dirasakan, yang memoderasi hubungan antara niat pengguna dan perilaku adopsi, menggunakan variabel *perceived organizational support*. Oleh karena itu, diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini akan memberikan wawasan berharga kepada Telkom Indonesia, membantu mereka terus berinovasi, dan meningkatkan kualitas layanan yang mereka tawarkan kepada pengguna dan pelanggan.

#### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan permasalahan, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi responden terhadap variabel *Performace Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Perceived Credibility*, *Behavior Intention*, *Use Behavior*, dan *Perceived Organizational Support*?
2. Bagaimana variabel UTAUT (*Performace Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition*) memberikan pengaruh terhadap *Behavior Intention* (BI) dari MySIIS?

3. Bagaimana variable *Facilitating Condition* memberikan pengaruh terhadap *Use Behavior* dari MySIIS?
4. Bagaimana *Perceived Credibility* (PC) memberikan pengaruh terhadap *Behavior Intention* (BI) dari MySIIS?
5. Bagaimana *Behavior Intention* (BI) memberikan pengaruh terhadap *Use Behavior* (UB) dari MySIIS?
6. Bagaimana *Perceived Organizational Support* (PO) memoderasi hubungan antara variabel *Behavior Intention* (BI) dan *Use Behavior* (UB) dari MySIIS?
7. Bagaimana *Behavior Intention* (BI) memberikan pengaruh terhadap *Use Behavior* (UB) dan meng-intervening pengaruh dari *Performace Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC), *Perceived Credibility* (PC)?

Selanjutnya pertanyaan penelitian ini akan menjadi tujuan yang akan dijelaskan pada bagian berikutnya.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Setelah menemukan pertanyaan penelitian pada point sebelumnya, berikut adalah tujuan dari penelitian:

1. Mengetahui presepsi reponden terhadap variabel *Performace Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Perceived Credibility*, *Behavior Intention*, *Use Behavior*, dan *Perceived Organizational Support*.
2. Mengetahui variabel UTAUT (*Performace Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition*) memberikan pengaruh terhadap *Behavior Intention* (BI) dari MySIIS.
3. Mengetahui variable *Facilitating Condition* memberikan pengaruh terhadap *Use Behavior* dari MySIIS.
4. Mengetahui *Perceived Credibility* (PC) memberikan pengaruh terhadap *Behavior Intention* (BI) dari MySIIS.

5. Mengetahui *Behavior Intention* (BI) memberikan pengaruh terhadap *Use Behavior* (UB) dari MySIIS.
6. Mengetahui *Perceived Organizational Support* (PO) memoderasi hubungan antara variabel *Behavior Intention* (BI) dan *Use Behavior* (UB) dari MySIIS.
7. Mengetahui *Use Behaviour* (UB) memberikan pengaruh terhadap *Behavior Intention* (BI) dan memberikan pengaruh pada *Performace Expectancy* (PE), *Effort Expectancy* (EE), *Social Influence* (SI), *Facilitating Condition* (FC), *Perceived Credibility* (PC) dan *Perceived Organizational Support* (POS) pada MySIIS.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pada permasalahan dan tujuan yang didefinisikan sebelumnya, maka manfaat dari penelitian yang dilakukan ini dikelompokkan menjadi 2 (dua) aspek, diantaranya:

### **1.6.1 Aspek Praktisi**

Berikut ini merupakan manfaat penelitian dari aspek praktisi:

1. Memberikan wawasan bagi Perusahaan dalam meningkatkan strategi transformasi digital dan pengalaman pengguna untuk Karyawan yang terlibat khususnya pada bidang consumer sales
2. Menjadi acuan bagi perusahaan untuk mengembangkan teknologi digital yang dapat lebih efektif digunakan oleh Karyawan dan mempermudah proses bisnis internal perusahaan.

### **1.6.2 Aspek Teoritis**

Sedangkan untuk aspek teoritisnya adalah sebagai berikut:

1. Memberikan kontribusi pada pengembangan teori UTAUT dengan melakukan investigasi terhadap pengaruh variabel *Perceived Credibility* dan *Percieved Organizational Support* terhadap penerimaan pada adopsi Aplikasi MySIIS.

2. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang penerimaan teknologi dan transformasi digital, khususnya pada konteks perusahaan dan yang terlibat dalam consumer sales.

### **1.7 Ruang Lingkup Penelitian**

Berikut adalah ruang lingkup yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini fokus pada analisis variabel-variabel yang mempengaruhi minat dan keinginan pengguna dalam mengadopsi penggunaan Aplikasi MySIIS dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang telah dimodifikasi.
2. Selanjutnya, penelitian ini dilakukan pada pengguna yang terdiri dari Teknisi, Sales, dan Karyawan di Telkom Regional 2 dengan menggunakan teknik slovin untuk perhitungan jumlah sampel penelitian yang proporsional.

### **1.8 Sistematika Penulisan**

Pada bagian ini berisikan informasi tentang sistematika dan penjelasan ringkas yang terdiri dari BAB I sampai BAB V pada penelitian ini.

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada BAB ini berisikan informasi atau penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Yang mana isi dari BAB ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Thesis.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

BAB ini berisi teori – teori yang berhubungan dengan penelitian ini, baik itu teori umum sampai ke teori khusus, disertai dengan penelitian sebelumnya dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran dengan hipotesis (jika diperlukan).

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

BAB ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian



ini. Bagian ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa Data.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. BAB ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.