

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk., yang selanjutnya disebut TELKOM atau Perseroan, merupakan BUMN yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia. Dengan statusnya sebagai perusahaan milik negara yang sahamnya diperdagangkan di bursa saham, pemegang saham mayoritas Perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia sedangkan sisanya dikuasai oleh publik. Saham Perusahaan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (“BEI”), New York Stock Exchange (“NYSE”), London Stock Exchange (“LSE”) dan *public offering without listing* (“POWL”) di Jepang.

Layanan telekomunikasi dan jaringan TELKOM sangat luas dan beragam meliputi layanan dasar telekomunikasi domestik dan internasional, baik menggunakan jaringan kabel, nirkabel tidak bergerak (*Code Division Multiple Access* atau “CDMA”) maupun *Global System for Mobile Communication* (“GSM”) serta layanan interkoneksi antar operator penyedia jaringan. Di luar layanan telekomunikasi, TELKOM juga berbisnis di bidang Multimedia berupa konten dan aplikasi, melengkapi portofolio bisnis Perusahaan yang disebut TIME. Bisnis telekomunikasi adalah fundamental *platform* bisnis TELKOM yang bersifat *legacy*, sedangkan portofolio bisnis lainnya disebut sebagai bisnis *new wave* yang mengarahkan TELKOM untuk terus berinovasi pada produk berbasis kreatif digital. (Laporan Tahunan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, 2011).

1.1.1. Visi dan Misi TELKOM

a. Visi :

“Menjadi Perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan *Telecommunication, Information, Media, Edutainment*, dan *Service* (“TIMES”) di kawasan regional ”

b. Misi :

- 1) Menyediakan layanan TIMES yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.
- 2) Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

1.1.2. Nilai Perusahaan

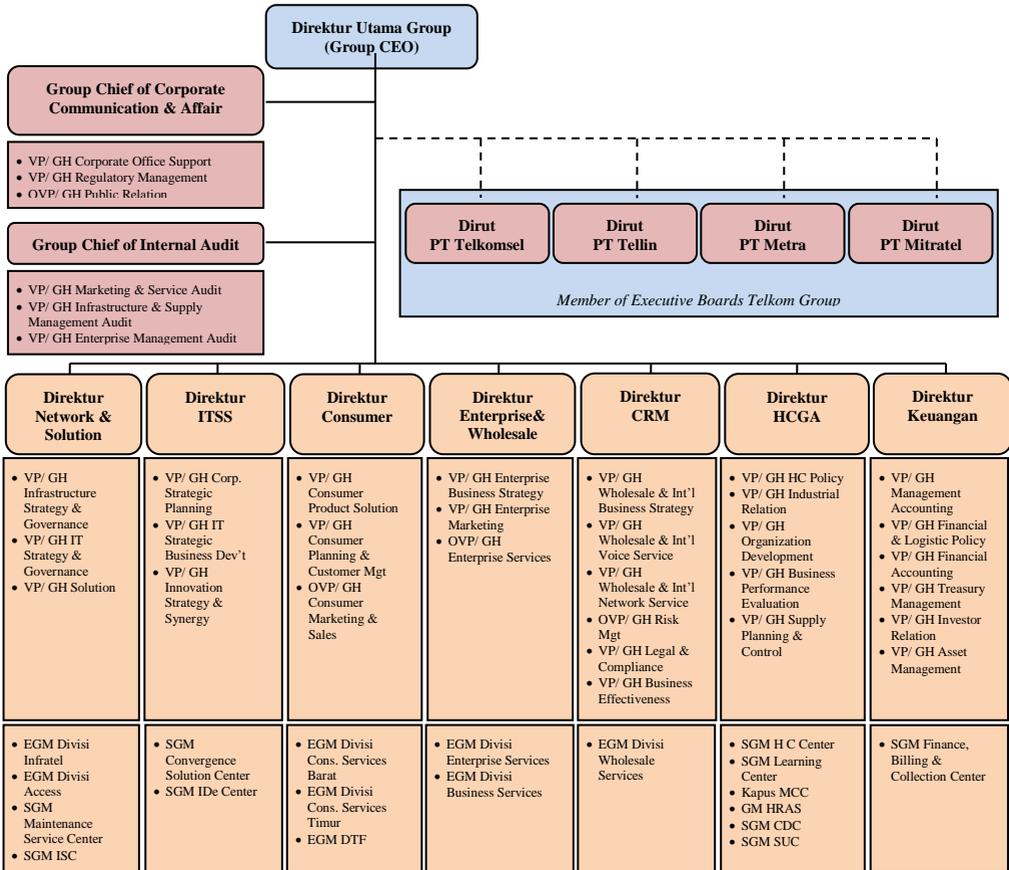
TELKOM terus mengembangkan budaya agar sesuai dengan tuntutan dan perubahan lingkungan bisnis yang terjadi, dimana TELKOM telah melakukan transformasi menuju budaya baru yang disebut dengan “*The Telkom Way*” yang memiliki lima nilai-nilai perusahaan (“5C”) yaitu:

- a. ***Commitment to Long Term***, mengandung makna melakukan sesuatu tidak hanya untuk keuntungan saat ini saja tetapi juga untuk masa mendatang.
- b. ***Customer First***, mengandung makna selalu mengutamakan pelanggan terlebih dahulu, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal.
- c. ***Caring Meritocracy***, memberikan pembinaan melalui penghargaan dan konsekuensi yang sesuai dengan kinerja dan perilaku.
- d. ***Co-creation of Win-Win Partnership***, memperlakukan mitra bisnis sebagai rekanan yang setara.
- e. ***Collaborative Innovation***, menghilangkan internal silos dalam TELKOM dan TELKOM Group serta terbuka terhadap ide-ide dari manapun sumbernya.

1.1.3. Struktur Organisasi

Gambar 1.1 berikut ini merupakan struktur organisasi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk:

Gambar 1.1
Struktur Organisasi PT Telkom



Sumber: Organisasi Kantor Perusahaan TELKOM Group (2012)

1.2. Latar Belakang Penelitian

Populasi di Indonesia yang besar dengan pertumbuhan ekonomi mencapai 6,4% pada triwulan II tahun 2012 (BPS, 2012) memberikan peluang bagi industri telekomunikasi untuk terus memperbesar pangsa

pasar telekomunikasi. Industri telekomunikasi merupakan industri yang memiliki potensi pertumbuhan yang baik, dimana pada tahun 2012 diprediksi industri telekomunikasi seluler di Indonesia akan tumbuh sebesar 6% - 8%. Selain itu, persaingan antar operator akan berlangsung kompetitif, terutama bagi operator di Indonesia yang menguasai pangsa pasar hingga 90%, operator tersebut diantaranya PT Telekomunikasi Indonesia Tbk beserta anak usahanya PT Telkomsel, PT Indosat Tbk, PT XL Axiata Tbk, dan PT Bakrie Telecom Tbk (Telkom Solution, 2012).

Pendapatan operasional sebuah perusahaan dapat menjadi salah satu indikator kinerja perusahaan tersebut. Apabila pendapatan dari masing-masing perusahaan dalam industri telekomunikasi diakumulasikan, maka akan tergambar kinerja industri tersebut. Kinerja industri telekomunikasi di Indonesia dapat diamati dari total pendapatan tiga operator utama (PT Telkom, PT Indosat dan PT XL Axiata) yang apabila dijumlahkan memiliki *market share* lebih dari 60% (Widuri, 2012). Berikut gambar 1.2 menunjukkan grafik total pendapatan operasional tiga operator telekomunikasi di Indonesia.

Gambar 1.2

Grafik Total Pendapatan Operasional Tiga Operator Telekomunikasi di Indonesia



Sumber: Widuri (2012)

Inovasi harus dilakukan Telkom untuk meningkatkan performansi perusahaan baik performansi keuangan maupun operasional sehingga Telkom dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap performansi perusahaan adalah Teknologi Informasi (TI). Pengelolaan teknologi informasi, baik dari segi *hardware*, *software*, maupun manusia sebagai pengguna dinilai sangat penting agar terus dapat mempertahankan posisi di tengah bisnis yang sedang berjalan (Arthur *et al*, 2008).

Telkom telah melakukan transformasi di bidang teknologi informasi melalui Infusion 2008 (*Indonesia Flexible & Unified Business Solution*). Melalui Infusion, Telkom melakukan simplifikasi, standarisasi dan integrasi sistem dan bisnis proses secara nasional melalui empat *domain supporting system* yang disebut OBCE, yaitu: 1. *Operation Support System* (OSS) melalui sistem TeNOSS (*Telkom National Operation Support System*); 2. *Billing Support System* (BSS) melalui sistem TIBS (*Telkom Integrated Billing System*); 3. *Customer Support System* (CSS) melalui sistem TiCARES (*Telkom Integrated Customer Care System*); 4. *Enterprise Support System* (ESS) melalui sistem TREMS (*Telkom Revenue Management System*). Dengan terintegrasinya keempat sistem tersebut, Telkom dapat melakukan manuver bisnis yang lincah, perbaikan tingkat layanan, *revenue*, dan tentunya *cost assurance* (Pikiran Rakyat, 2008).

Perusahaan yang berhasil memahami dan mengelola perilaku pelanggan serta memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan akan mendapatkan keunggulan kompetitif (Bairi dan Manohar, 2011). TiCARES sebagai sistem aplikasi IT untuk *Customer Support System* (CSS), menyediakan Platform baru untuk mengelola pelanggan, meningkatkan kecepatan respon Telkom atas segala permintaan (*queries*), meningkatkan SLA/SLG (*Service Level Agreement/Guarantee*) dengan pelanggan terutama untuk proses

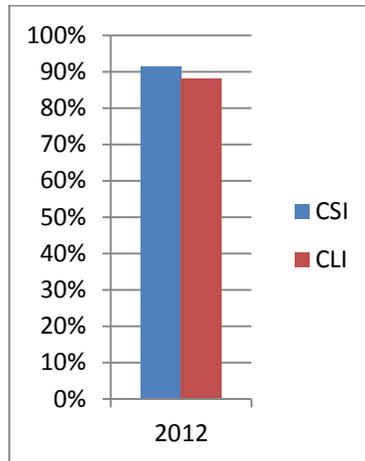
service activation (fulfillment) dan *fault management (assurance)*, serta menyelenggarakan program-program retensi atau loyalty pelanggan secara terpadu. Sistem TiCARES dikembangkan oleh *business partner* yaitu oleh SAP.

Sistem TiCARES digunakan untuk pelanggan *Enterprise* atau *Corporate* yang ditangani oleh Divisi *Enterprise Service* yang mulai beroperasi pada bulan Februari 2008, pelanggan *Wholesale* yang ditangani oleh Divisi CIS (*Carrier and Interconnection Service*) yang mulai beroperasi pada bulan Juni 2009, dan pelanggan SME (*Small Medium Enterprise*) yang ditangani oleh Divisi *Business Service* yang mulai beroperasi bulan Januari 2011. Divisi *Business Service* dan Divisi *Enterprise Service* berada di bawah Direktorat *Enterprise* dan *Wholesale*, sedangkan Divisi CIS berada di bawah Direktorat *Compliance & Risk Management*.

Pelanggan korporasi yang dikelola oleh Divisi *Enterprise Service* memiliki kontribusi pendapatan yang besar bagi perusahaan, yaitu pelanggan *cluster-1* dengan kontribusi pendapatan di atas Rp 500 juta/bulan, dan pelanggan *cluster-2* dengan kontribusi pendapatan di antara Rp 100 juta/bulan hingga Rp 500 juta/bulan. Sedangkan untuk pelanggan segmen SME yang dikelola oleh Divisi *Business Service* terdiri dari *cluster-3* yaitu pelanggan dengan kontribusi pendapatan diantara Rp 50 juta/bulan hingga Rp 100 juta/bulan dan pelanggan *cluster-4* dengan kontribusi pendapatan di bawah Rp 50 juta/bulan (Laporan Tahunan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk, 2011).

Telkom bekerja sama dengan sebuah perusahaan survey independen untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Gambar 1.3 menunjukkan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Customer Loyalty Index (CLI)* untuk pelanggan korporasi pada tahun 2012.

Gambar 1.3
CSI dan CLI Pelanggan Korporasi



Sumber: Laporan Tahunan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk (2012)

Performansi divisi-divisi tersebut sebagai *user* yang melayani pelanggan tergantung pada sistem yang digunakan. Sistem yang berkualitas akan memberikan *competitive advantage* bagi perusahaan. Definisi kualitas terbagi menjadi beberapa kategori, salah satunya kualitas itu berbasis pengguna. Menurut Doll dan Torkzadeh (dalam Iranto, 2012: 3), kepuasan pengguna akhir sistem informasi dapat dijadikan sebagai salah satu ukuran keberhasilan suatu sistem informasi.

Para peneliti dan praktisi memperhatikan pentingnya mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dalam era persaingan yang ketat (Kumar *et al.*, 2008). Salah satu nilai perusahaan PT Telkom adalah *Customer First*, yang mengandung makna selalu mengutamakan pelanggan terlebih dahulu, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal. Pelanggan internal dalam hal ini adalah karyawan Telkom dan pelanggan eksternal adalah pelanggan yang menggunakan jasa telekomunikasi yang disediakan oleh Telkom.

Menurut mantan Direktur Utama PT Telkom, Arwin Rasyid, teknologi canggih Infusion ini hanya akan bermakna jika dibawa oleh Sumber Daya Manusia (SDM) Telkom yang kompeten dan bisa melayani dengan sepenuh hati (Telkom, 2006). Tentunya untuk bekerja dengan sepenuh hati, karyawan harus mencapai tingkat kepuasan tertentu. Doll dan Torkzadeh (dalam Arthur *et al*, 2008) mengembangkan model *End User Computing Satisfaction* (EUCS) dimana model tersebut lebih menekankan kepuasan (*satisfaction*) pengguna akhir terhadap aspek teknologi, dengan melihat *Content, Accuracy, Format, Ease of Use* dan *Timeliness*.

Menurut Davis (dalam Istianingsih dan Utami, 2009), dampak pemakaian suatu sistem informasi terhadap individu pengguna (*individual impact*) didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Sedangkan menurut Seddon (dalam Iranto, 2012: 2) menyatakan bahwa penggunaan sistem informasi merupakan perilaku yang muncul akibat adanya keuntungan atas pemakaian sistem tersebut. Perilaku yang ditimbulkan dari pemakaian sistem informasi ini dalam proses selanjutnya diharapkan akan memberikan dampak terhadap kinerja individu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Livari (dalam Istianingsih dan Utami, 2009) menunjukkan bahwa variabel *individual impact* dengan *user satisfaction* menunjukkan adanya pengaruh positif dari kedua variabel tersebut.

Menurut Robbins dan Judge (2008: 113), organisasi yang mempunyai karyawan yang lebih puas cenderung lebih efektif bila dibandingkan organisasi yang mempunyai karyawan yang kurang puas. Jika seseorang merasa puas terhadap sistem informasi yang digunakan, maka mereka akan cenderung untuk merasa nyaman dan aman selama bekerja dengan menggunakan sistem tersebut sehingga mereka akan

merasa terbantu dalam menyelesaikan pekerjaan (Istianingsih dan Utami, 2009).

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian yang akan dilakukan adalah **“Pengaruh Tingkat Kepuasan Pengguna Sistem Dengan Metode *End User Computing Satisfaction* Terhadap Kinerja Individu Pengguna Sistem (Studi Kasus pada Pengguna Sistem Aplikasi TiCARES di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk)”**.

1.3. Perumusan Masalah

- a. Bagaimana pengguna menilai performansi sistem aplikasi TiCARES?
- b. Bagaimana harapan pengguna terhadap performansi sistem aplikasi TiCARES?
- c. Bagaimana tingkat kepuasan pengguna sistem aplikasi TiCARES?
- d. Bagaimana tingkat kinerja pengguna sistem aplikasi TiCARES?
- e. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap kinerja individu pengguna sistem aplikasi TiCARES?

1.4. Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui penilaian pengguna terhadap performansi sistem aplikasi TiCARES.
- b. Mengetahui harapan pengguna terhadap performansi sistem aplikasi TiCARES.
- c. Mengetahui tingkat kepuasan pengguna sistem aplikasi TiCARES.
- d. Mengetahui tingkat kinerja pengguna sistem aplikasi TiCARES.
- e. Mengetahui pengaruh kepuasan terhadap kinerja individu pengguna sistem aplikasi TiCARES.

1.5. Kegunaan Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi pada pihak manajemen perusahaan agar mengetahui bagaimana pandangan pengguna sistem aplikasi TiCARES dan bagaimana harapan pengguna terhadap sistem aplikasi TiCARES. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai hubungan antara kepuasan pengguna sistem aplikasi TiCARES dengan kinerja pengguna.

b. Bagi Akademisi

Menambah dan melengkapi khasanah teori mengenai Sistem Informasi, khususnya *End User Computing Satisfaction* dan hubungannya dengan kinerja pengguna sistem informasi.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pembahasan hasil penelitian dan untuk memudahkan dalam pemahaman materi isi tulisan ini maka bentuk tulisan skripsi ini akan disusun dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang tinjauan umum mengenai penelitian ini, mulai dari gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian umum mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian dan mendukung pemecahan permasalahan yaitu tinjauan pustaka penelitian, rangkuman teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, ruang lingkup penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan secara rinci tentang hasil penelitian dari penggunaan sistem aplikasi TiCARES, mendeskripsikan data-data yang telah dikumpulkan, dan melakukan pengujian hipotesis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir dari analisa dan pembahasan bab sebelumnya serta saran-saran yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan terkait yaitu PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.