

Kajian Penggunaan Sistem Informasi Customer Service dengan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada PT. SMARTFREN Semarang)

Johan Kemal Sahala Martua¹, Selo²

Abstract—PT. Smartfren Telecom, Tbk. is a provider of telecommunications services based on CDMA technology that is the largest licensed cellular and limited mobility (fixed wireless access), and has network coverage CDMA EV-DO (equivalent broadband mobile network with 3G) in Indonesia. Smartfren also the first telecom operator in the world that provides CDMA EV-DO Rev. B (equivalent to 3.5 G with download speeds up to 14.7 Mbps) and the first CDMA operators providing Blackberry services. This research covers what are the factors that influence the use of information systems to identify the level of customer service and customer service information system acceptance in the telecommunications industry. Factors affecting the public who had used the customer service information system PT. Smartfren Semarang is a benefit to using the customer service information system, the ease in using the customer service information system, the purposes in the customer service information system usage, frequency of use of customer information service system, the interest to use the customer information system service, and the rates in accordance with the benefits received in the customer service information system.

Intisari— PT. Smartfren Telecom, Tbk. adalah operator penyedia jasa telekomunikasi berbasis teknologi CDMA yang memiliki lisensi selular dan mobilitas terbatas (fixed wireless access), serta memiliki cakupan jaringan CDMA EV-DO (jaringan mobile broadband yang setara dengan 3G) yang terluas di Indonesia. Smartfren juga merupakan operator telekomunikasi pertama di dunia yang menyediakan layanan CDMA EV-DO Rev. B (setara dengan 3,5G dengan kecepatan unduh s.d. 14,7 Mbps) dan operator CDMA pertama yang menyediakan layanan Blackberry. Penelitian ini mencakup faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi penggunaan sistem informasi customer service dan mengidentifikasi tingkat penerimaan sistem informasi customer service pada industri telekomunikasi. Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat yang pernah menggunakan sistem informasi customer service PT. Smartfren Semarang adalah adanya manfaat untuk menggunakan sistem informasi customer service, adanya kemudahan dalam menggunakan sistem informasi customer service, adanya tujuan di dalam penggunaan sistem informasi customer service, frekuensi penggunaan sistem informasi customer service, adanya minat untuk menggunakan sistem informasi customer service, dan adanya tarif yang sesuai dengan manfaat yang diterima dalam menggunakan sistem informasi customer service.

Kata Kunci— TAM, Telekomunikasi, CDMA, Sistem.

I. PENDAHULUAN

SI adalah sistem komputer yang menyediakan informasi sesuai dengan permintaan pengguna. TI adalah teknologi yang digunakan dalam pemerolehan, penyimpanan, pengolahan dan pendistribusian informasi dengan cara elektronik (Collin, 1987). Istilah TI didefinisikan dalam pengertian luas sebagai “teknologi” untuk penyimpanan, pengolahan, dan komunikasi informasi [1]. Dalam pengertian ini TI adalah kombinasi perangkat keras, perangkat lunak, telekomunikasi, dan peralatan kantor yang mentransformasikan data ke dalam bentuk informasi yang berguna untuk mempercepat proses temu-balik. Dengan kata lain, TI merupakan perpaduan antara teknologi komputer dan teknologi komunikasi, juga dikenal dengan istilah *information and communication technology* (ICT).

SI dibangun di atas suatu infrastruktur TI. Perkembangan TI membuat jangkauan SI tidak lagi terbatas hanya pada aktivitas utama suatu organisasi, tetapi menjangkau institusi yang berada jauh di luar organisasi. Suatu sistem informasi (SI) dapat didefinisikan sebagai serangkaian komponen yang saling berkaitan yang mengumpulkan (atau menemu-balik), mengolah, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan, koordinasi, pengawasan, analisis, dan visualisasi di dalam suatu organisasi [11] Perangkat keras komputer, perangkat lunak komputer dan teknologi *storage* (perangkat keras dan lunak) disertai dengan teknologi komunikasi (perangkat keras dan lunak) merupakan infrastruktur teknologi informasi. Infrastruktur TI tersebut menyediakan fondasi atau *platform* di atas mana suatu perusahaan dapat membangun SI yang khas untuk perusahaan tersebut [11]. Dengan memiliki infrastruktur TI, organisasi memiliki serangkaian teknologi yang melayani kebutuhannya untuk pekerjaan yang diinginkan untuk diselesaikan dengan suatu SI. Jenis SI antara suatu organisasi dengan organisasi lainnya saling berbeda satu sama lain karena perbedaan minat, spesialisasi dan tingkatan dalam suatu organisasi.

Proses kemajuan teknologi informasi yang membawa manusia kedalam ekonomi informasi dimana masyarakat pada saat ini sering disebut sebagai masyarakat pasca industri dimana dalam era informasi saat ini jarak fisik atau jarak geografis tidak lagi menjadi faktor pembatas dalam hubungan antar manusia atau antar lembaga usaha (Wardiana, 2006). Telah dikemukakan sebelumnya oleh Khalil (2002) bahwa era informasi inilah yang membuat istilah “*distance is dead*” menjadi nyata. Definisi teknologi sendiri menurut ahli dikatakan sebagai sebuah proses kreatif yang melibatkan manusia, pengetahuan dan sumber-sumber material untuk menyelesaikan masalah dan meningkatkan efisiensi (Hall, 1994). Kemajuan teknologi khususnya informasi dan telekomunikasi saat ini begitu pesat, sehingga memungkinkan

^{1,2} Jurusan Teknik Elektro dan Teknologi Informasi Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mada, Jln. Grafika 2 Yogyakarta 55284 INDONESIA (telp: 0274-547506; fax: 0274-547506)

diterapkannya cara-cara baru yang lebih efisien untuk produksi, distribusi dan konsumsi barang dan jasa (Natakusuma, 2002).

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dilingkungan organisasi sudah menjadi kebutuhan bagi tiap organisasi untuk mencapai efisiensi dan efektifitas organisasi. Berdasarkan tujuan dari penerapan teknologi informasi dan komunikasi tersebut maka berbagai bentuk aplikasi teknologi informasi dan komunikasi yang tersedia dimanfaatkan antara lain aplikasi perkantoran (pengolah kata, perhitungan, pengolah grafis), fasilitas komunikasi (*email, chatting, teleconference*), sistem pendukung keputusan dan sistem informasi manajemen. Pelayanan pelanggan adalah proses pemenuhan kebutuhan, yaitu proses untuk memenuhi permintaan konsumen secara keseluruhan. Proses tersebut termasuk catatan permintaan baik secara manual ataupun elektronik, pembayaran, pemilihan barang, pengiriman dan penyediaan barang, serta memberikan pelayanan kepada pemakai barang, juga mengatur penanganan untuk barang yang dikembalikan konsumen pada saat komplain.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Bisnis Telekomunikasi yang bergerak di provider kartu tentu saja harus memiliki *customer service* yang baik. Layanan purna jual bagi para pelanggan yang menyenangkan akan membuat para pelanggan kartu telepon semakin setia memakai produk mereka. Bentuk pelayanan pelanggan dalam bisnis ini tentu berbeda dengan layanan pelanggan yang dilakukan oleh *customer service* sebuah toko namun dalam pemberian layanan tujuannya adalah sama yaitu untuk penerimaan dan kepuasan pelanggan. Turban (1996) menyebutkan bahwa sistem informasi dapat dikaji dan dianalisis performasinya berdasarkan dua pengukuran utama, yaitu efektivitas dan efisiensi. Berdasarkan perspektif efisiensi, kajiannya berhubungan dengan penggunaan sumber daya yang diberikan (sumber daya manusia, mesin, material dan uang) untuk menyediakan sistem informasi bagi pengguna (user). Sedangkan dari perspektif efektivitas user, kajiannya berhubungan dengan penggunaan dan penerimaan sistem informasi dalam menyempurnakan misi organisasi.

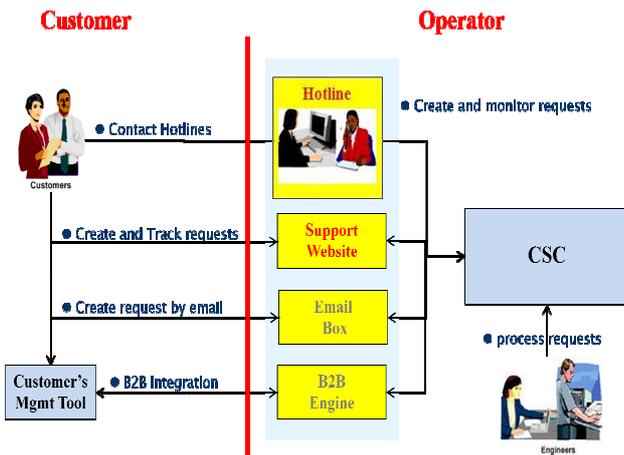
Penelitian ini berisi tentang kajian perilaku pengguna (*user*) terhadap penggunaan sistem informasi *customer service*. Responden pada penelitian ini adalah pengguna kartu smartfren dan para karyawan PT. Smartfren Semarang sebagai pengguna (*user*) sistem informasi *customer service*. Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran yang mengadopsi *model Technology Acceptance Model* (TAM). Uji statistik dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dilakukan untuk menguji hipotesa yang diajukan. Beberapa penelitian telah mengukur faktor penerimaan teknologi sebagai alat ukur untuk melihat perilaku pengguna dalam melakukan bisnis proses. Davis (1989) mengajukan *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan dari sistem informasi atau teknologi informasi untuk mengimplementasikan dilakukan pada PT. Smartfren Semarang.

Menurut standar ISO 9001 *Quality Management System* kerangka operasional standar yang dibutuhkan pada sebuah organisasi *call center* antara lain:

- 1) *Network layer*, lapisan ini berkaitan dengan aspek IT dan mencakup jalur telekomunikasi. Didalam lapisan ini terdapat akses nomor telepon rekan-rekan, jalur dan sambungan kabel telepon dari STO Telkom sampai *call center customer service* dan juga sambungan kabel, atau lebih tepatnya IT link.
- 2) *Equipment layer*, lapisan ini berkaitan dengan teknologi di *call center customer service* dan peralatannya. Beberapa diantaranya adalah PABX (*private automatic branch exchange*), system ACD, IVR (*interactive voice response*), system perekam, CTI (*computer telephony integration*), set telepon, komputer dan kelengkapannya, termasuk perangkat keras dan lunak.
- 3) *Operational layer*, lapisan ini meliputi keseluruhan proses *call center customer service*, mulai dari masuknya telepon pelanggan yang mencari informasi, kemudian proses yang mengikuti setelah itu, sampai dengan pencatatan telepon kedalam aplikasi *contact management*. Setelah itu, permasalahan yang masuk ke *call center customer service* akan ditindaklanjuti untuk diselesaikan serta direspons kembali.
- 4) *Reporting layer*, lapisan ini tentang bagaimana seharusnya melaporkan kejadian-kejadian yang terjadi dan bagaimana pendekatan dalam perjanjian *call center customer service* dikenal dengan istilah *service level agreement*.

Bisnis proses adalah serangkaian atau sekumpulan aktifitas yang dirancang untuk menyelesaikan tujuan strategi sebuah organisasi, seperti pelanggan dan pasar (Hollander, Denna dan Cherrington, 2000). Dalam bisnis proses informasi mencakup tiga aktifitas utama pencatatan data atas transaksi operasi, pemeliharaan data referensi yang penting atas kumpulan operasional tersebut dan pelaporan informasi yang berguna kepada manajemen. Untuk menciptakan sebuah bisnis proses yang efektif yang perlu diperhatikan adalah penyesuaian-penyesuaian fungsi kerja yaitu sentralisasi dan operasional. Sedangkan ruang lingkup sistem informasi *customer service* adalah:

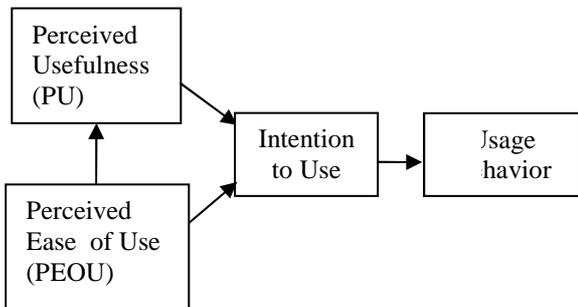
- 1) *Create service request*, pada lingkup ini kegiatan yang dilakukan adalah *technical consultation request* dan *problem support request*
- 2) *Process a service request*, pada lingkup ini kegiatan yang dilakukan adalah pengentryan *trouble ticket*, jika problem tidak dapat di selesaikan pada saat itu juga maka eskalasi *problem* kepada team *engineer (assign ticket to engineer team)*
- 3) *Close a service request*, pada lingkup ini kegiatan yang dilakukan adalah menanyakan dan mengkonfirmasi kepada *customer* dan *engineering team* apakah problem yang dihadapi sudah terselesaikan, jika sudah terselesaikan maka *trouble ticket* untuk *customer* tersebut sudah dapat di tutup (*close*)



Gbr. 1 Sistem Informasi Customer Service

A. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986. TAM ini merupakan pengembangan dari TRA (*Theory of Reasoned Action*) yaitu suatu model penilaian penerimaan teknologi. Tujuan utama TAM seperti yang dinyatakan oleh Davis adalah untuk menjelaskan faktor yang mempengaruhi dalam penerimaan Teknologi Informasi dengan jangkauan luas dari teknologi informasi dan populasi pengguna. Model dasar Tam seperti dikembangkan oleh Davis digambarkan pada gambar 3.1 Model dasar *Technology Acceptance Model*, dari gambar tersebut, dapat dilihat bahwa tingkat penerimaan teknologi informasi (*Information technology acceptance*) ditentukan oleh enam faktor, yaitu Variabel dari luar (*external variable*), persepsi pengguna terhadap kemanfaatan/kegunaan teknologi (*attitude toward using*), kecenderungan perilaku (*behavioral Intention*) dan pemakaian actual (*Actual usage*).



Gbr. 2 Model dasar Technology Acceptance Model [10]

Yang dimaksud dengan kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)* disini adalah keempat konstruk utama pembentuk TAM yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, kemauan untuk menggunakan teknologi, dan penerimaan teknologi, keempat konstruk ini adalah merupakan ciri khas dari TAM yang membedakannya dengan model adopsi teknologi lainnya. Oleh karena itu setiap penelitian yang menggunakan TAM biasanya mengandung

keempat konstruk ini dalam penelitiannya. TAM telah banyak digunakan untuk memprediksi penerimaan *user* dan penggunaannya didasarkan pada *perceived usefulness* dan *ease of use*. Davis (1989) dan Davis, et al. (1989) telah mengembangkan TAM dengan mengadaptasi dari TRA (Fishbein dan Ajzen, 1975) untuk memahami hubungan sebab akibat dengan mengaitkan variabel-variabel eksternal untuk intensi penggunaan teknologi informasi dan penggunaan aktual dalam tempat kerja).

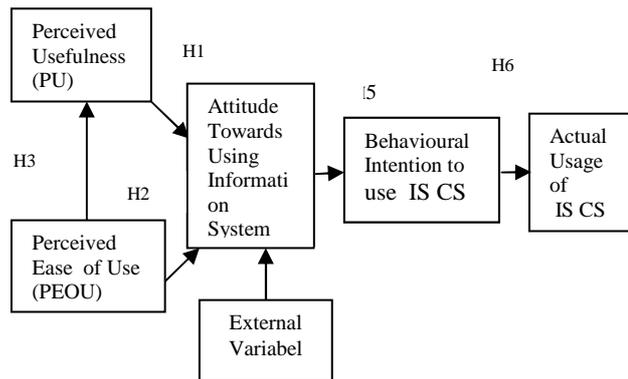
III. METODOLOGI

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

- 1) Studi Pustaka yaitu mempelajari literatur tentang sistem informasi *customer service*.
- 2) Survei lapangan dan pengumpulan data, Survei dilakukan pada PT. Smartfren Semarang dengan melakukan wawancara kepada manajemen yang terdiri dari regional network operation manager, operation maintenance center manager dan officer. Pengumpulan data dilakukan terkait dengan topologi jaringan sistem informasi dan strategi pengembangan sistem informasi *customer service*.
- 3) Pembuatan kuesioner yang merupakan susunan pertanyaan wawancara yang akan disebar ke pelanggan smartfren dengan online internet.
- 4) Pengelolaan dan analisis data yaitu melakukan penyusunan dan pengorganisasian data yang diperoleh dari survei lapangan dan pengumpulan data melalui kuesioner.
- 5) penyusunan hasil penelitian yaitu melakukan evaluasi sistem informasi dengan mengaju pada framework TAM.
- 6) Kesimpulan dan saran yaitu menarik kesimpulan dan memberikan saran dari hasil penelitian yang diperoleh.

Hipotesis dimana merupakan suatu pernyataan yang pada waktu diungkapkan belum diketahui kebenarannya, tetapi memungkinkan untuk diuji dalam kenyataan empiris.

Beberapa hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini dengan menggunakan model yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1996.



Gbr. 3 Modifikasi versi TAM (source Davis, 1996 p.453)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengumpulan data untuk penelitian ini yang dilakukan selama ± 1 (satu) bulan. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui kuesioner online kepada pelanggan smartfren. Total 100 kuesioner yang dibagikan kepada responden dalam bentuk online yang mana diberitahukan melalui email. Jumlah kuesioner yang terisi sebanyak 100 kuesioner (100%), adapun karakteristik dan profil dari responden yang diperoleh pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

TABEL I
JENIS KELAMIN RESPONDEN

Jenis Kelamin	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Perempuan	30	30.0	30.0	30.0
Laki-laki	70	70.0	70.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

TABEL II
USIA RESPONDEN

Usia	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<=25 th	42	42.0	42.0	42.0
26 - 35 th	55	55.0	55.0	97.0
36 - 45 th	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

TABEL III
PEKERJAAN RESPONDEN

Pekerjaan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Mahasiswa	12	12.0	12.0	12.0
Pegawai	27	27.0	27.0	39.0
Dosen	2	2.0	2.0	41.0
Wiraswasta	47	47.0	47.0	88.0
Lainnya	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

TABEL IV
PENDIDIKAN TERAKHIR RESPONDEN

Pendidikan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMU/SMK	6	6.0	6.0	6.0
Diploma	19	19.0	19.0	25.0
S1/D4	67	67.0	67.0	92.0
S2	8	8.0	8.0	100.0

TABEL IV
PENDIDIKAN TERAKHIR RESPONDEN

Pendidikan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMU/SMK	6	6.0	6.0	6.0
Diploma	19	19.0	19.0	25.0
S1/D4	67	67.0	67.0	92.0
S2	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

TABEL V
JABATAN STRUKTURAL RESPONDEN

Menjabat	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ya	50	50.0	50.0	50.0
Tidak	50	50.0	50.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Adapun hasil analisis hubungan antar variabel dengan menggunakan SEM dapat dilihat pada Tabel VI berikut:

TABEL VI
HUBUNGAN ANTAR VARIABEL (REGRESION WEIGHTS)

Hubungan Variabel	Esti mate	S.E	C.R.	P	Label
PU <-- PEOU	,923	,117	8,118	***	par_1
ATU <-- PU	,048	,055	4,112	***	par_1
ATU <-- PEOU	,173	,078	4,708	***	par_1
ATU <-- T	,235	,143	1,647	,100	par_1
ATU <-- C	,089	,185	3,217	,001	par_1
BITU <-- PU	,308	,070	8,206	***	par_1
BITU <-- ATU	,214	,131	4,084	***	par_1
AU <-- BITU	-,066	,071	-,936	,349	par_1

Interpretasi struktur merupakan pengambilan keputusan hasil analisa SEM yang ditinjau secara keseluruhan. Berdasarkan Tabel VII Hasil Uji Kesesuaian dapat dilihat nilai hitung yang bervariasi untuk setiap hubungan. Hasil interpretasi struktur ditabulasi pada Tabel VII Rangkuman Pengaruh Antar Variabel.

TABEL VII
RANGKUMAN PENGARUH ANTAR VARIABEL

No	Hubungan variabel	Nilai Hitung	Perbandingan dg Nilai sig	Tingkat Pengaruh
1	PEOU dengan PU	0,000	< 0,05	Berpengaruh signifikan
2	PU dengan ATU	0,000	< 0,05	Berpengaruh signifikan
3	PU dengan BITU	0,000	< 0,05	Berpengaruh signifikan
4	PEOU	0,000	< 0,05	Berpengaruh

	dengan ATU			signifikan
5	T dengan ATU	0,100	> 0,05	Tidak Berpengaruh signifikan
6	C dengan ATU	0,001	< 0,05	Berpengaruh signifikan
7	ATU dengan BITU	0,000	< 0,05	Berpengaruh signifikan
8	BITU dengan AU	0,349	> 0,05	Tidak Berpengaruh signifikan

TABEL VIII
RANGKUMAN TINGKAT HUBUNGAN ANTAR VARIABEL

Hubungan variabel	Hasil Korelasi Pearson	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
PEOU dengan PU	0,632	0,60 – 0,799	Kuat
PU dengan ATU	0,382	0,20 – 0,399	Lemah
PU dengan BITU	0,636	0,60 – 0,799	Kuat
PEOU dengan ATU	0,428	0,40 – 0,599	Cukup Kuat
T dengan ATU	0,377	0,20 – 0,399	Lemah
C dengan ATU	0,308	0,20 – 0,399	Lemah
ATU dengan BITU	0,380	0,20 – 0,399	Lemah
BITU dengan AU	-0,094	0,00 – 0,199	Sangat Lemah

A. Uji hipotesis

Kesimpulan dari pengujian hipotesis yaitu berupa menerima atau menolak hipotesis, berikut hasil hipotesis yang dihasilkan berdasarkan analisa data dengan menggunakan SEM:

- 1) Pada Tabel VII tingkat pengaruh antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* pada angka probabilitasnya 0,000 oleh karena angka probabilitasnya <0,05 maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesa H1 diterima dimana hubungan antara *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Attitude toward using*.
- 2) Pada Tabel VII tingkat pengaruh antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* pada angka probabilitasnya 0,000 oleh karena angka probabilitasnya <0,05 maka dapat diambil keputusan

bahwa hipotesa H2 diterima dimana hubungan antara *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Attitude toward using*.

- 3) Pada Tabel VII tingkat pengaruh antara *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* pada angka probabilitasnya 0,000 oleh karena angka probabilitasnya <0,05 maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesa H3 diterima dimana hubungan antara *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness*.
- 4) Pada Tabel VII tingkat pengaruh antara *Perceived Usefulness* dan *Behavioural Intention to Use* pada angka probabilitasnya 0,000 oleh karena angka probabilitasnya <0,05 maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesa H4 diterima dimana hubungan antara *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioural Intention to Use*.
- 5) Pada Tabel VII tingkat pengaruh antara *Attitude Toward Using* dan *Behavioural Intention to Use* pada angka probabilitasnya 0,000 oleh karena angka probabilitasnya <0,05 maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesa H5 diterima dimana hubungan antara *Attitude Toward Using* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioural Intention to Use*.
- 6) Pada Tabel VII tingkat pengaruh antara *Behavioural Intention to Use* dan *Actual Usage* pada angka probabilitasnya 0,349 oleh karena angka probabilitasnya >0,05 maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesa H6 ditolak dimana hubungan antara *Behavioural Intention to Use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Actual Usage*.
- 7) Pada Tabel VII tingkat pengaruh antara *Terminology dan Attitude Toward Using* pada angka probabilitasnya 0,100 oleh karena angka probabilitasnya >0,05 maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesa H7 ditolak dimana hubungan antara *Terminology* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Using*.
- 8) Pada Tabel VII tingkat pengaruh antara *Cost dan Attitude Toward Using* pada angka probabilitasnya 0,001 oleh karena angka probabilitasnya <0,05 maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesa H8 diterima dimana hubungan antara *cost* berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Using*.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat dijelaskan hasilnya adalah sebagai berikut:

- 1) Faktor kemudahan dalam menggunakan sistem informasi *customer service (perceived ease of use)* memiliki hubungan yang signifikan yang sifatnya positif dengan kegunaan (*perceived usefulness*) untuk menggunakan sistem informasi *customer service*.
- 2) Faktor kegunaan sistem informasi *customer service (perceived usefulness)* memiliki hubungan yang

signifikan yang sifatnya positif dengan sikap user (*attitude toward using*) untuk menggunakan sistem informasi *customer service*.

- 3) Faktor kemudahan dalam menggunakan sistem informasi *customer service* (*perceived ease of use*) memiliki hubungan yang signifikan yang sifatnya positif dengan sikap user (*attitude toward using*) untuk menggunakan sistem informasi *customer service*.
- 4) Faktor kegunaan (*perceived usefulness*) memiliki hubungan yang signifikan yang bersifat positif terhadap perilaku user (*behavioral intention to use*) untuk menggunakan sistem informasi *customer service*.
- 5) Sikap terhadap sistem informasi *customer service* (*attitude toward using*) memiliki hubungan yang signifikan yang bersifat positif dengan perilaku user untuk menggunakan (*behavioral intention to use*) dalam menggunakan sistem informasi *customer service*.
- 6) Perilaku user (*behavioral intention to use*) dalam menggunakan sistem informasi *customer service* memiliki hubungan negatif dengan penggunaan riil (*actual usage*) dan hubungan ini tidak signifikan, hubungan yang negatif dan sangat lemah antara *behavioral intention to use* dan *Actual Usage* disebabkan user merasakan respon yang cukup lama dari *solver* saat menanggapi keluhan dan pertanyaan user dalam penggunaan sistem informasi *customer service*.
- 7) Faktor terminologi dalam menggunakan sistem informasi *customer service* memiliki hubungan yang tidak signifikan yang bersifat positif dengan sikap dalam penggunaan sistem informasi *customer service* (*attitude toward using*).
- 8) Faktor biaya (*cost*) dalam penggunaan sistem informasi *customer service* memiliki hubungan yang signifikan yang sifatnya positif terhadap sikap dalam penggunaan sistem informasi *customer service* (*attitude toward using*).

V. PENUTUP

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat yang pernah menggunakan sistem informasi *customer service* PT. Smartfren Semarang adalah adanya manfaat untuk menggunakan sistem informasi *customer service*, adanya kemudahan dalam menggunakan sistem informasi *customer service*, adanya tujuan di dalam penggunaan sistem informasi *customer service*, frekuensi penggunaan sistem informasi *customer service*, adanya minat untuk menggunakan sistem informasi *customer service*, dan adanya tarif yang sesuai dengan manfaat yang diterima dalam menggunakan sistem informasi *customer service*.

Berdasarkan hasil penelitian ini adapun saran yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah :

- 1) Diperlukan sosialisasi oleh pihak PT. Smartfren akan manfaat penggunaan sistem informasi *customer service* dibandingkan dengan penggunaan jalur lain seperti datang ke Gapari, sehingga user memahami cara menggunakan dan memiliki sikap positif terhadap penggunaan sistem informasi *customer service*.

Model penilaian yang digunakan pada penelitian ini dapat dikembangkan lagi menjadi lebih luas, bagi peneliti lain yang hendak melakukan penelitian tentang sistem informasi *customer service* akan lebih baik jika dilakukan penambahan aspek misalnya *facilitating condition* yang berpengaruh terhadap penggunaan sistem informasi *customer service* dan juga obyek penelitian dengan TAM dapat dikembangkan pada perangkat keras seperti jaringan dan *input/output device* melalui studi literatur baik melalui jurnal maupun buku.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih yang tulus kami sampaikan kepada PT. Smartfren Semarang, yang telah memberikan waktu dan perhatian dalam penelitian.

REFERENSI

- [1] Ang, J. and S. Koh. 1997. "Exploring the Relationships Between User Information Satisfaction". *International Journal of Information Management* 17(3), 169-177.
- [2] Adams, D. A., Nelson, R. R., & Todd, P. A. (1992). Perceived usefulness, ease of use, and usage of information: A replication. *MIS Quarterly*, 16(2), 227-247.
- [3] Barney, J. 1991. "Firm Resources and Sustainable Competitive Advantage". *Journal of Management* 17 (1), 99-120.
- [4] Burn, J. M. 1990. "The Strategic Use of IT in Hong Kong Organizations: An Analysis of Applications in Small to Medium Sized Organizations". *Proceedings of International Conference on IT*.
- [5] Blili S., Raymond, L. and Rivard, S. Impact of task uncertainty, end-user involvement, and competence on the success of end-user computing. *Information & Management* 33 (1998) pp. 137-153.
- [6] Collin, S. M. H. and P. H. Collin. 1987. *Dictionary of Information Technology*. Teddington: Peter Collin Publishing.
- [7] Conner, K. 1991. "A Historical Comparison of Resource-Based Theory and Five Schools of Thought Within Industrial Organization Economics: Do We Have a New Theory".
- [8] Caldeira, Mario M. and John M. Ward. 2003. "Using resource-based theory to interpret the successful adoption and use of information systems and technology in manufacturing small and medium-sized enterprises". *European Journal of Information Systems*, 12, 127-141.
- [9] Davis F.D. A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results. Ph.D. dissertation, Sloan School of Management, Massachusetts Inst. of Technology, Cambridge, MA, 1986
- [10] Davis, F.D 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, Vol 13, No. 3, PP 319-340.
- [11] Laudon, Kenneth C. and Jane P. Laudon. 2002. *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*, 7th ed. New Jersey, Prentice-Hall.
- [12] LaLonde, B.J., Cooper, M.C. and Noordewier, T.G. (1988), *Customer Service: A Management Perspective*, Council of Logistics Management, Oak Brook, IL
- [13] Michael W. Brent Furneaux. *Theoretical Constructs and relationships in Information System Research*, York University, Canada.
- [14] Heny. 2012. *Inspiration, Smart, Solution Call Center*, Alex media Komputindo.
- [15] James E. Hunton, Stephanie Bryant. 2004. *Core Concept of Information Technology Auditing*.