

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada industri telekomunikasi di Indonesia, terdapat beberapa operator telekomunikasi yang memainkan peran penting dalam industri ini. PT Telekomunikasi Selular atau yang dikenal dengan Telkomsel merupakan operator selular terbesar dengan jumlah pelanggan mencapai 169.5 juta dan menguasai pangsa pasar 43.89%. Telkomsel hadir pada tahun 1995 yang merupakan anak perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) dengan kepemilikan saham sebesar 65% dan Singapore Mobile Pte Ltd (Singtel Mobile) dengan kepemilikan saham 35%.

Perkembangan teknologi telah mengubah industri telekomunikasi di Indonesia dari bisnis *legacy* (voice dan SMS) menjadi telekomunikasi yang berbasis internet. Telkomsel terus memperkuat infrastruktur *broadband* hingga daerah terluar, terdepan dan tertinggal (3T). Telkomsel terus berkomitmen memberikan layanan terbaik dan terkini bagi pelanggannya.

Melalui visinya, menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup *digital mobile* kelas dunia yang terpercaya, serta 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 terus melakukan transformasi baik dari sisi budaya perusahaan, organisasi, maupun proses bisnisnya. Transformasi perusahaan telekomunikasi melibatkan serangkaian perubahan strategis dan operasional yang dilakukan untuk mengikuti perkembangan teknologi, kebutuhan pasar, dan tren industri.

Program transformasi digital Telkomsel dibangun di atas tiga pilar inti. Pertama, membangun *new data analytics platform* untuk lebih memahami pelanggan dan mendorong personalisasi lebih mendalam. Kedua, membuat dan meluncurkan

bisnis baru untuk menjangkau konsumen yang kurang terlayani. Ketiga, meluncurkan saluran digital baru yang akan merampingkan dan menyederhanakan *engagement* dengan pelanggan.

Kini Telkomsel memposisikan dirinya menjadi *digital telco company*, Telkomsel terus bergerak maju untuk berkontribusi nyata dalam mengakselerasikan pembangunan bangsa melalui solusi pemanfaatan teknologi tepat guna. Upaya tersebut dilakukan untuk menciptakan ekosistem digital secara inklusif di seluruh penjuru negeri yang mampu memberikan manfaat bagi masyarakat di Indonesia. Pada tahun 2022 Telkomsel menegaskan komitmen untuk #BukaSemuaPeluang bagi kemajuan bangsa melalui pemanfaatan seluruh aset dan ekosistem teknologi digital terdepan Telkomsel. Melalui keandalan tiga pilar digitalnya, yakni sebagai penyedia *Digital Connectivity*, *Digital Platform*, dan *Digital Service*, Telkomsel menegaskan tujuan kehadirannya dengan memberikan ragam solusi dan inovasi produk dan layanan terbaik bagi masyarakat.

Telkomsel terus berupaya meningkatkan kemudahan dalam memberikan solusi layanan pendukung konektivitas digital, salah satunya membangun ekosistem *supply chain* melalui pengelolaan *reseller* Telkomsel. Untuk terus membuka semua peluang dan mendukung kemudahan *reseller* melakukan penjualan produk, Telkomsel menghadirkan aplikasi Digipos Aja. DigiPOS Aja merupakan aplikasi yang digunakan baik oleh *reseller* maupun perorangan untuk aktivitas penjualan produk Telkomsel diantaranya pulsa dan paket data. Aplikasi Digipos Aja dapat langsung diunduh oleh *reseller* melalui *playstore* pada android. Setelah permohonan menjadi *reseller* disetujui, akan mendapatkan SMS notifikasi dari 1818 yang berisi informasi *user* dan *password* untuk mengakses aplikasi DigiPOS Aja.

Aplikasi Digipos Aja merupakan ekosistem digital yang dihadirkan Telkomsel tidak hanya untuk melakukan penjualan produk Telkomsel ke pelanggan, akan tetapi memiliki layanan lain seperti PPOB, pembayaran Kartu Halo, penjualan Telkomsel

Orbit dan pembiayaan usaha melalui pihak ketiga, dll. Pada Digipos Aja terdapat beberapa fungsi, antara lain:

- a. List Produk, untuk mengetahui produk dari Telkomsel dan rekomendasi produk untuk outlet. Termasuk penjualan kartu perdana dan voucher, baik fisik maupun elektronik. Serta penjualan paket data, telepon, SMS, digital, roaming dan yang lainnya.
- b. Tingkat Performansi, informasi berdasarkan total semua hasil transaksi
- c. Informasi stok dan pengelolaan manajemen penjualan
- d. Informasi program untuk meningkatkan penjualan outlet

Metode pembayaran Digipos Aja saat ini bekerja sama dengan Link Aja yang juga merupakan anak usaha Telkomsel, setiap *reseller* perlu memastikan saldo Link Aja tersedia untuk bisa melakukan transaksi penjualan ke pelanggan.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi merupakan salah satu fenomena paling signifikan pada abad-21. Sejak ditemukannya internet dan komputer, teknologi informasi telah berkembang pesat dan memberikan dampak besar pada hampir semua aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara kita bekerja, berkomunikasi dan berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Saat ini, teknologi informasi telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari sistem yang digunakan oleh perusahaan dan pemerintah hingga aktivitas rumah tangga.

Kemajuan teknologi informasi juga memberikan dampak besar pada digitalisasi bisnis. Teknologi informasi saat ini memegang peranan penting dalam meningkatkan kualitas organisasi. Penggunaannya tidak hanya terbatas pada otomatisasi, tetapi juga menciptakan akurasi, kecepatan dan kelengkapan sistem yang terintegrasi, sehingga proses bisnis yang berlangsung efisien, terukur dan fleksibel, misalnya penerapan dalam proses distribusi dan penjualan produk.

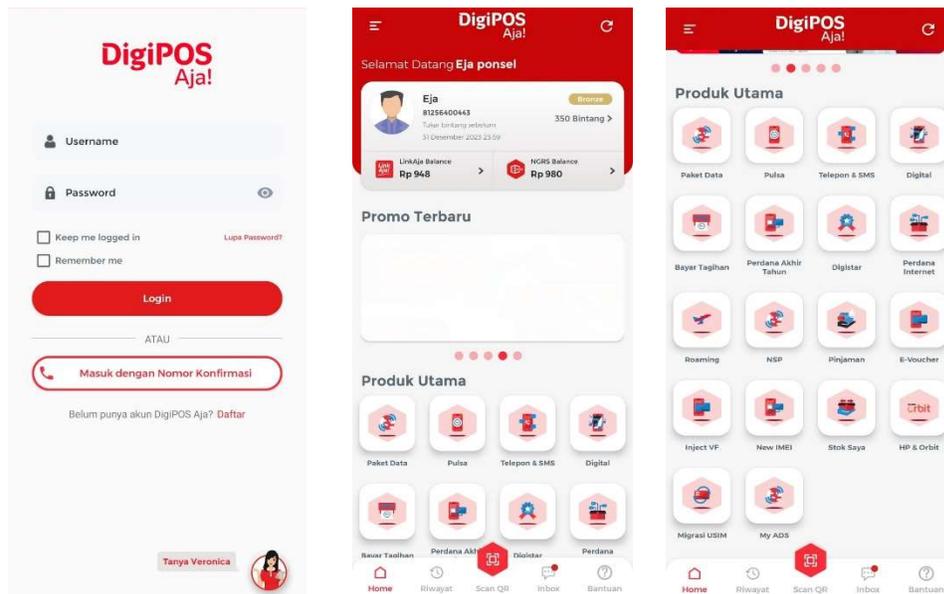
Penjualan adalah salah satu aktivitas yang penting dalam sebuah perusahaan. Penggunaan teknologi informasi juga semakin penting dalam mempermudah proses penjualan. Penerapan teknologi informasi pada digitalisasi proses penjualan dapat memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, diantaranya adalah mempermudah proses penjualan, meningkatkan efisiensi, mempercepat pembayaran, meningkatkan pelayanan dan memperluas pasar. Beberapa teknologi yang dapat diterapkan pada digitalisasi proses penjualan antara lain *website*, aplikasi *mobile*, pembayaran *online*, manajemen inventaris, dll. Perkembangan dunia teknologi informasi yang begitu signifikan dan cepat, mengakibatkan berkembangnya kebutuhan akan informasi dan digitalisasi data di semua lini bisnis dengan memanfaatkan aplikasi *mobile*. Kita berada di era digital dimana aplikasi *mobile* telah menjadi salah satu bagian penting dalam digitalisasi suatu usaha.

Seiring dengan pertumbuhan *smartphone* yang semakin pesat yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan internet dan berinteraksi dengan aplikasi dan layanan digital secara mudah dan cepat. Hal ini juga memberikan peluang bagi pengembang dan bisnis untuk mengembangkan aplikasi dan layanan yang dapat diakses melalui *smartphone*, termasuk aplikasi *Point of Sale (POS)*. Aplikasi semacam ini dapat memberikan banyak manfaat bagi *reseller* dalam menjalankan bisnis mereka. Dengan menggunakan digital POS, *reseller* dapat memproses pembelian pelanggan dengan cepat dan efisien. Aplikasi POS juga dapat membantu *reseller* dalam mengelola data penjualan dan stok, memudahkan dalam pembuatan laporan keuangan, melihat riwayat pembelian pelanggan. Selain itu penggunaan aplikasi juga memungkinkan untuk melakukan transaksi dengan pelanggan secara *mobile* dan fleksibel, tidak terbatas pada lokasi dan waktu tertentu. Melalui pemanfaatan teknologi, *reseller* diharapkan dapat meningkatkan keuntungan bisnis mereka.

Reseller memainkan peranan penting dalam penjualan produk, terutama dalam pemasaran dan distribusi produk ke pelanggan. Sebagai perantara antara Telkomsel dan pelanggan, *reseller* berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, menjaga hubungan dengan pelanggan, mempercepat

proses penjualan dan mengadvokasi pelanggan untuk membeli produk. Saat ini Telkomsel tidak sendiri dalam melakukan pengelolaan *reseller*, akan tetapi bekerja sama dengan distributor Telkomsel atau disebut dengan *Mitra Strategic Business Partner (Mitra SBP)*. Pengelolaan *reseller* ini telah berlangsung sejak lama, dimana dulunya *reseller* melakukan transaksi penjualan melalui UMB *181# dengan sistem MKIOS sebelum hadirnya aplikasi Digipos Aja.

Telkomsel menghadirkan aplikasi Digipos Aja untuk mendukung proses bisnis *reseller* menjadi lebih fleksibel. Demikian juga dari sisi *Mitra Strategic Business Partner*, pengelolaan *reseller* menjadi lebih terkontrol dengan integrasi sistem Digipos Aja milik *reseller* dengan sistem penjualan milik Mitra SBP. Mitra SBP dapat melakukan monitoring jumlah *reseller*, mengatur jadwal kunjungan *Sales Force*, sistem kontrol distribusi produk ke outlet, penjualan harian di wilayahnya, dll.



Gambar 1.1 Tampilan Digipos Aja
Sumber: Aplikasi Digipos Aja oleh peneliti (2023)

Perkembangan teknologi telah mentransformasi industri telekomunikasi di dunia. Pergeseran telekomunikasi *legacy* (voice dan SMS) menjadi telekomunikasi berbasis data didukung oleh perkembangan internet yang begitu massif. Trend pelanggan telekomunikasi yang beralih ke *broadband* terus meningkat seiring dengan

perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen yang semakin meningkat. *Broadband* adalah teknologi yang memungkinkan akses internet yang lebih cepat, stabil, dan dapat menjangkau area yang lebih luas. Hal ini mempengaruhi perilaku konsumsi pelanggan yang lebih memilih paket data dibandingkan isi pulsa reguler. Jika dilihat dari *channel* pembelian pelanggan di Regional Kalimantan, kontribusi *channel* MKIOS melalui *reseller* masih cukup tinggi yaitu 25.5% dengan pertumbuhan ARPU pelanggan yang meningkat dibandingkan tahun lalu sebesar 8.4%.

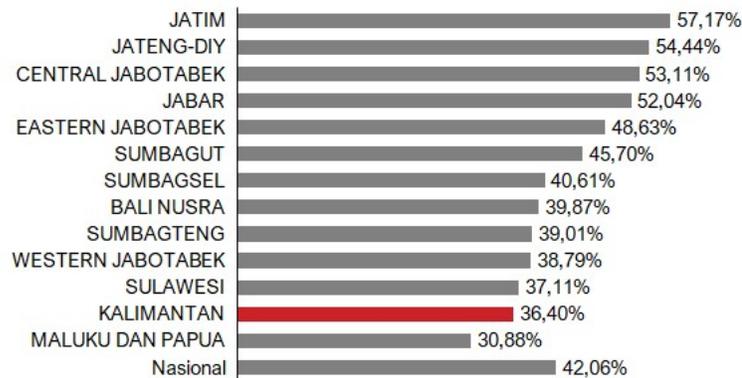
Tabel 1.1 Channel Pembelian Paket Broadband Regional Kalimantan

Channel	SUBS bio	TRX bio	GROWTH MOM			CONTRIBUSI REV		
			SUBS	TRX	REV	Apr/22	Mar/23	Apr/23
Kalimantan	8.58	14.08	6.2%	2.1%	2.2%	100.0%	100.0%	100.0%
UMB	2.89	3.78	5.4%	1.1%	1.5%	38.2%	37.6%	37.4%
MKIOS	3.09	6.98	7.0%	2.4%	3.8%	27.7%	25.1%	25.5%
MyTelkomsel	2.09	2.67	5.6%	1.8%	1.2%	26.1%	32.1%	31.8%
URP Modern Channel	0.36	0.47	8.0%	7.1%	5.1%	6.1%	4.7%	4.8%
PES & CMS	0.04	0.04	-11.1%	-13.6%	-14.9%	0.2%	0.3%	0.2%
DSC	0.00	0.00	-10.3%	-13.5%	-20.1%	0.0%	0.0%	0.0%
Others	0.12	0.13	16.3%	19.1%	44.7%	1.7%	0.2%	0.2%

Sumber: Data Internal Perusahaan (Telkomsel, 2023)

Berdasarkan Table 1.1 di atas, potensi bisnis menjadi *reseller* Telkomsel masih cukup besar, ada potensi 3,09 juta pelanggan Telkomsel di Regional Kalimantan yang masih melakukan pembelian paket melalui *reseller* MKIOS di tengah alternatif lain seperti MyTelkomsel ataupun UMB. Jumlah pelanggan ini juga merupakan yang terbesar diantara *channel* lainnya. Demikian juga dengan transaksi melalui *reseller* merupakan transaksi terbesar hingga 6,98 juta transaksi di periode April 2023.

Jika dilihat dari Gambar 1.2 jumlah *reseller* aktif dengan minimal 1 transaksi dalam 1 bulan melalui aplikasi Digipos Aja di Regional Kalimantan yaitu 36,4% dari total *reseller register*. Hal ini menunjukkan banyaknya *reseller* yang tidak aktif lagi berjualan menggunakan Digipos Aja di Regional Kalimantan dan merupakan terendah kedua secara nasional. Rendahnya *reseller active* di Kalimantan menjadikan dominasi *recharge* tradisional atau *recharge* melalui *channel* Digipos hanya di angka 37.35% dibandingkan melalui *modern channel*.



Gambar 1.2 Persentase *Reseller Active Digipos Aja*

Sumber: Data Internal Perusahaan (Telkomsel, 2023)

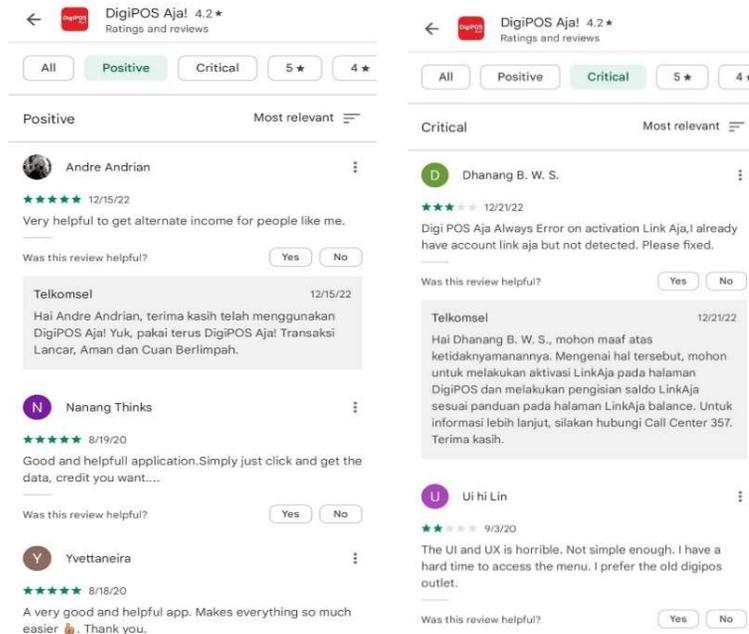
Saat ini Telkomsel menjalankan strategi zonasi untuk menentukan produk dan program. Zona ditentukan berdasarkan level kompetisi (*market share*), *revenue*, RGB data (*Revenue Generator Base*). Hasil dari analisis ketiga faktor tersebut akan menentukan zona di suatu kabupaten atau kota. Zonasi yang digunakan di Telkomsel antara lain, *basic*, *compete*, *fortress* hingga *super fortress* yang dimana Telkomsel menang di wilayah tersebut. Perbedaan zona inilah yang juga akan membedakan produk yang ditawarkan serta program peningkatan penjualan melalui Digipos Aja yaitu Digistar. Kabupaten atau kota dengan level kompetisi yang tinggi akan mendapatkan program yang lebih bervariasi. Misalnya kabupaten atau kota di Pulau Jawa yang mayoritas memiliki level kompetisi yang tinggi dibandingkan dengan di luar Pulau Jawa.

Aktif tidaknya *reseller* juga dipengaruhi oleh tim *Sales Force* atau Mitra SBP sebagai pengelola langsung. *Sales Force* memiliki sejumlah *reseller* yang wajib dikunjungi (PJP) dan dikelola, sistem kunjungan yang dijalankan tergantung dari jarak setiap *reseller*, misalnya F1 untuk 1x sebulan, F2 untuk 2x sebulan, F4 untuk 4x sebulan dan F8 untuk 8x sebulan. Perbedaan medan atau wilayah yang dikelola juga akan sangat mempengaruhi *visit rate*. Regional Kalimantan yang merupakan pulau terbesar di Indonesia rata-rata menjalankan sistem kunjungan F4 atau 4 kali dalam 1

bulan, namun tak jarang ada *reseller* yang lokasinya cukup jauh hanya bisa dikunjungi 1 kali dalam 1 bulan.

Faktor eksternal yang mungkin menyebabkan *reseller* tidak menggunakan Digipos Aja juga bisa berasal dari adanya alternatif menggunakan aplikasi *all operator*. Outlet telekomunikasi harus menghadapi tantangan untuk menyediakan layanan bagi pelanggan dari berbagai operator dan tidak jarang dari mereka yang memilih menggunakan aplikasi *all operator*. Dengan menggunakan aplikasi ini, mereka dapat menyediakan layanan kepada pelanggan dari berbagai operator telekomunikasi tanpa harus memiliki banyak perangkat keras atau sistem terpisah untuk setiap operator, meskipun pada akhirnya tidak dapat mengikuti program-program yang dibuat oleh operator. Contoh aplikasi *all operator* yang ada di Kalimantan misalnya TopindoPay.

Bagi penyedia aplikasi *mobile*, kinerja aplikasi dapat dilihat dari pemberian *rating* dan *reviews*. Apabila kita lihat *ratings & reviews* Digipos Aja di *playstore* menunjukkan angka 4.2, pemberian *rating* pada aplikasi *mobile* dan ulasan di *playstore* saling berkaitan, keduanya memiliki keterhubungan. Umumnya *rating* yang bagus akan memiliki banyak ulasan yang baik pula. Begitu pun *rating* yang rendah biasanya dipenuhi oleh ulasan yang jelek. *Rating* aplikasi diberikan oleh pengguna dan mencerminkan seberapa baik kinerja aplikasi dalam hal fungsionalitas dan stabilitas. *Rating* aplikasi dapat mempengaruhi kepercayaan pengguna. Namun *rating* aplikasi tidak selalu mencerminkan tingkat kepuasan pengguna, karena beberapa pengguna mungkin memberikan *rating* rendah karena masalah teknis yang dialami. Ulasan yang ada bisa menjadi masukan bagi pengembang aplikasi untuk melakukan perbaikan ataupun memberikan jaminan kualitas layanan bagi pengguna dalam hal ini *reseller*.

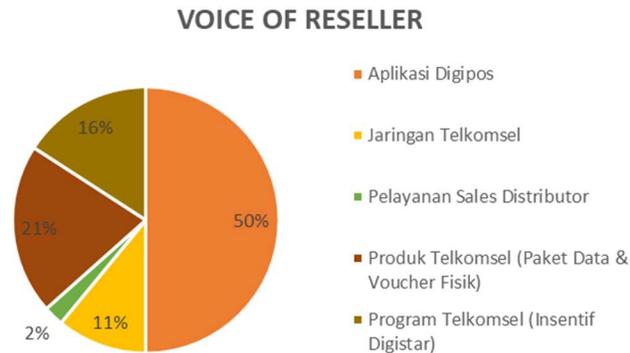


Gambar 1.3 Ratings & Reviews Digipos Aja di *PlayStore*
Sumber: Google Play Store oleh peneliti (2023)

Dari ulasan di atas dapat diketahui bahwa masih ada keluhan terkait kendala-kendala yang dialami pada saat menggunakan aplikasi Digipos Aja seperti kendala *error* dan gangguan, seringnya terjadi *force close*, seringnya *sign out*, penggunaan yang memakan waktu, dll.

Keluhan *reseller* juga bisa ketahui dari laporan melalui layanan *complain handling*. Berdasarkan informasi data performansi tiket periode Februari 2023 melalui *Digipos Service* menunjukkan total *traffic* sebanyak 19,672 dengan komposisi 71% melalui *channel voice* dan 29% melalui *channel digital*. Sedangkan interaksi terbesar dari layanan *Digipos Service* didominasi oleh *complain* sebesar 75%, informasi 24% dan *request* sebanyak 1%. Aduan dengan interaksi yang mendominasi adalah saldo Link Aja terpotong namun stok NGRS gagal, tidak dapat melakukan pembelian paket, kebutuhan informasi status transaksi, kendala aktivasi Link Aja, pembayaran PLN tetapi token tidak didapatkan.

Melalui layanan *voice of reseller* Curhatin Aja, saran dan masukan terbanyak yang disampaikan oleh *reseller* untuk Telkomsel didominasi oleh masukan untuk aplikasi Digipos Aja.



Gambar 1.4 Saran & Masukan dari *Reseller*

Sumber: Data olahan peneliti (2023)

Beberapa hal yang menjadi masukan *reseller* terkait aplikasi Digipos Aja, misalnya terkait kinerja aplikasi, usulan penambahan fitur, tampilan, kegagalan transaksi yang memotong saldo, peningkatan penanganan *complain handling*, riwayat transaksi dsb. Hal ini menunjukkan harapan akan kualitas sistem dan kualitas layanan sangat penting bagi pengguna.

Berdasarkan data yang sudah dipaparkan, peneliti ingin melihat faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *reseller* dalam menggunakan aplikasi Digipos Aja. Penelitian kali ini akan menggunakan beberapa variabel untuk melihat apakah ada hubungan yang positif dan signifikan untuk penggunaan aplikasi Digipos Aja dengan melihat beberapa faktor agar lebih meningkatkan minat pengguna untuk mengadopsi aplikasi Digipos Aja dan melihat tingkat kesuksesan aplikasi Digipos Aja.

Terdapat banyak model untuk menilai penerimaan teknologi, namun di antara model penilaian tersebut, penelitian menunjukkan bahwa *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) memberikan pemahaman yang lebih baik tentang niat perilaku untuk menggunakan teknologi. Penelitian ini dilakukan menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) untuk

mengkaji niat perilaku penggunaan aplikasi Digipos Aja oleh reseller di Regional Kalimantan. Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) adalah sintesis model penerimaan teknologi yang digunakan sebagai model evaluasi penggunaan sebuah teknologi. UTAUT model memiliki empat kunci konstruk, yaitu harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi fasilitas (*facilitating conditions*) terhadap niat (*behavioral intention*) untuk penerimaan teknologi (*use technology*).

Namun perlu disadari bahwa teknologi yang diterima pengguna belum tentu sukses atau sebaliknya. Oleh karena itu, selain mengevaluasi penerimaan teknologi, juga sangat penting untuk mengukur keberhasilan sistem. Saat ini model yang populer untuk menilai keberhasilan suatu sistem adalah teori dari Delone & McLean. Model ini dikembangkan pada tahun 1992 sebagai *Delone & McLean IS Success* dengan tujuan mengkonsolidasikan penelitian sebelumnya tentang kesuksesan sistem informasi ke dalam format yang sederhana. Model ini disempurnakan pada tahun 2003, sebuah sistem dikatakan sukses berdasarkan enam faktor yaitu, *information quality, system quality, service quality, user satisfaction, use, dan net benefits*. Dalam penelitian ini nantinya dilakukan penggabungan dua model yakni UTAUT dan *Delone & McLean IS Success* yang bertujuan menganalisis penerimaan teknologi dan kesuksesan penggunaan aplikasi Digipos Aja.

Sebelumnya telah ada penelitian tentang adopsi Digipos menggunakan model UTAUT, akan tetapi penelitian yang dilakukan Syarif et al. (2020) hanya menekankan pada variabel *effort expectancy*. Berdasarkan hasil penelitian untuk aplikasi Digipos dengan menggunakan *intervening behavioral intention Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), diperoleh beberapa kesimpulan bahwa tingkat kemudahan dalam menggunakan sistem, dipersepsikan cukup bagus yang terlihat dari indeks rata-rata dengan tingkat adopsi yang cukup tinggi, dan salah satu variabel yang memiliki pengaruh positif terhadap perilaku pelanggan untuk menggunakan Digipos adalah *effort expectancy*.

Sedangkan penelitian yang mengadopsi kedua model yaitu UTAUT dan Delone & McLean pernah dilakukan Firdausi dan Nuryana (2023) yang menganalisis penerimaan teknologi dan kesuksesan penggunaan aplikasi ULA (aplikasi B2B yang digunakan oleh UMKM) dengan melihat adanya pengaruh dari *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *social influence* pada *behavioral intention*, keempat faktor tersebut diambil dari UTAUT. Selanjutnya *system quality*, *information quality* dan *service quality* yang merupakan faktor utama Delone & Mclean berpengaruh pada *behavioral intention* dan *user satisfaction*. *Behavioral intention* dan *user satisfaction* berpengaruh pada *net benefits*.

Penelitian lain yang juga menggabungkan model UTAUT dan Delone & McLean dilakukan oleh Sukandi dan Ariyanti (2022) untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna LMS dalam menggunakan CeLOE Learning Management System (LMS) di Universitas Telkom. Penelitian ini dibuat untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna LMS dalam menggunakan CeLOE Learning Management System (LMS) di Universitas Telkom.

Namun untuk mendapatkan data yang lebih komprehensif dalam penelitian ini akan dilakukan wawancara pada *reseller* produk telekomunikasi di Regional Kalimantan, akan tetapi dalam aktivitas penjualannya tidak menggunakan Digipos Aja. Harapannya akan didapatkan informasi mengenai faktor-faktor yang menyebabkan para *reseller* tersebut tidak mau menggunakan Digipos Aja.

Berdasarkan paparan tersebut, akan dilakukan analisis penerimaan teknologi dan kesuksesan penggunaan aplikasi Digipos Aja pada *reseller* Telkomsel di Regional Kalimantan menggunakan metode UTAUT dan *Delone & Mclean IS Success* guna mengetahui tingkat kemanfaatan serta mengetahui faktor yang perlu ditingkatkan pada aplikasi Digipos Aja dengan judul **KAJIAN PENINGKATAN PENGGUNAAN DIGIPOS AJA TELKOMSEL MELALUI MIXED METHODS.**

1.3 Perumusan Masalah

Pada era digital yang terus berkembang, aplikasi bagi *reseller* telah menjadi alat penting bagi perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat hubungan dengan *reseller*. Dukungan sistem dalam *supply chain* B2B memberikan banyak manfaat, termasuk peningkatan efisiensi melalui otomatisasi, kemudahan akses, dan menjaga hubungan serta kolaborasi. Aplikasi yang baik dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan rantai pasok dan mencapai keunggulan kompetitif. Namun kehadiran aplikasi Digipos Aja yang digunakan bagi *reseller* Telkomsel, masih menghadapi banyak tantangan baik oleh perusahaan maupun *reseller* dalam penggunaannya.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan integrasi model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan *Delone & McLean Informtaion System Success*. Teori UTAUT digunakan untuk menganalisis bagaimana penerimaan sistem pada teknologi yang diterapkan oleh suatu organisasi, sedangkan *Model Delone and McLean* digunakan untuk menganalisis sistem. Wawancara terhadap *reseller* produk telco yang tidak menggunakan aplikasi Digipos Aja akan dilakukan untuk melengkapi hasil penelitian terkait alasan tidak menggunakan Digipos Aja.

Maka rumusan permasalahan yang menjadi fokus dan akan diselesaikan dalam penelitian ini antara lain:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan dan kepuasan terhadap aplikasi DigiposAja bagi *reseller* di Regional Kalimantan
2. Sejauhmana *reseller* di Regional Kalimantan menerima manfaat dari penggunaan aplikasi Digipos Aja
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *reseller* produk telco yang tidak menggunakan aplikasi Digipos Aja
4. Bagaimana rekomendasi untuk aplikasi Digipos Aja berdasarkan hasil analisis *mixed methods*

1.4 Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan dalam penelitian menggunakan *mixed methods* ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* berpengaruh terhadap *continuance intention* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja?
2. Bagaimana *facilitating conditions* berpengaruh terhadap *use behavior* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja?
3. Bagaimana *system quality*, *information quality*, *service quality* berpengaruh terhadap *continuance intention* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja?
4. Bagaimana *system quality*, *information quality*, *service quality* berpengaruh terhadap *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja?
5. Bagaimana *user satisfaction* berpengaruh terhadap *continuance intention* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja?
6. Bagaimana *continuance intention* berpengaruh terhadap *use behavior* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja?
7. Bagaimana *use behavior* berpengaruh terhadap *net benefits* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja?
8. Bagaimana *user satisfaction* berpengaruh terhadap *net benefits* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja?
9. Bagaimana *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* berpengaruh terhadap *use behavior* melalui variabel intervening *continuance intention* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja?
10. Bagaimana *facilitating conditions* berpengaruh terhadap *net benefits* melalui variabel intervening *use behavior* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja?

11. Bagaimana *system quality*, *information quality*, *service quality* berpengaruh terhadap *continuance intention* melalui variabel intervening *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja?
12. Bagaimana *system quality*, *information quality*, *service quality* berpengaruh terhadap *net benefits* melalui variabel intervening *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja?
13. Bagaimana *continuance intention* berpengaruh terhadap *net benefits* melalui variabel intervening *use behavior* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja?
14. Bagaimana *user satisfaction* berpengaruh terhadap *net benefits* melalui variabel intervening *continuance intention* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja?
15. Faktor apa saja yang mempengaruhi *reseller* tidak menggunakan aplikasi Digipos Aja?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada perumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini yaitu untuk:

1. Mengetahui pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* terhadap *continuance intention* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja.
2. Mengetahui pengaruh *facilitating conditions* terhadap *use behavior* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja.
3. Mengetahui pengaruh *system quality*, *information quality*, *service quality* terhadap *continuance intention* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja.
4. Mengetahui pengaruh *system quality*, *information quality*, *service quality* terhadap *user satisfaction* pada pengguna aplikasi Digipos Aja.

5. Mengetahui pengaruh *user satisfaction* terhadap *continuance intention* pada pengguna aplikasi Digipos Aja.
6. Mengetahui pengaruh *continuance intention* terhadap *use behavior* pada pengguna aplikasi Digipos Aja.
7. Mengetahui pengaruh *use behavior* terhadap *net benefits* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja
8. Mengetahui pengaruh *user satisfaction* terhadap *net benefits* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja.
9. Mengetahui pengaruh *performance expectancy, effort expectancy, social influence* terhadap *use behavior* melalui variabel intervening *continuance intention* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja
10. Mengetahui pengaruh *facilitating conditions* terhadap *net benefits* melalui variabel intervening *use behavior* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja.
11. Mengetahui pengaruh *system quality, information quality, service quality* terhadap *continuance intention* melalui variabel intervening *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja.
12. Mengetahui pengaruh *system quality, information quality, service quality* terhadap *net benefits* melalui variabel intervening *user satisfaction* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja.
13. Mengetahui pengaruh *continuance intention* terhadap *net benefits* melalui variabel intervening *use behavior* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja.
14. Mengetahui pengaruh *user satisfaction* terhadap *net benefits* melalui variabel intervening *continuance intention* pada penggunaan aplikasi Digipos Aja.
15. Mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi *reseller* tidak menggunakan aplikasi Digipos Aja.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yaitu:

1. Aspek Praktis, melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan dan perbaikan aplikasi Digipos Aja Telkomsel atau perusahaan yang memiliki aplikasi penjualan sejenis.
2. Aspek Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang melakukan penelitian dengan tema yang sejenis.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini dijelaskan mengenai objek dari penelitian ini dan hal apa yang diteliti. Hal ini mencakup gambaran objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, sistematis penulisan penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Memberikan uraian mengenai tinjauan pustaka penelitian, landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis. Bab ini merupakan uraian teori yang mendasari penyusunan dalam pembahasan thesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Menguraikan metodologi penelitian yang akan digunakan meliputi jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, pengujian validitas, pengujian reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menyajikan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian yang sudah dilakukan. Serta berisikan tentang pembahasan deskriptif dan analisis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Memuat kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian tesis serta kajian pada bab-bab sebelumnya dan saran yang diperlukan untuk perbaikan maupun pengembangannya lebih lanjut.