

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 PT Sigma Cipta Caraka (“Telkomsigma”)

PT Sigma Cipta Caraka (Telkomsigma) adalah perusahaan yang memiliki bisnis di sektor teknologi informasi dan merupakan bagian dari PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1987 dan pada tahun 2010 secara penuh diakuisisi oleh Telkom melalui salah satu entitas anaknya, yaitu TelkomMetra. Pada bulan April 2022, Telkomsigma resmi diakuisisi oleh Telkom menjadi anak perusahaan langsung dengan kepemilikan saham sebesar 56,39% dan kepemilikan saham TelkomMetra di Telkomsigma terdilusi menjadi 43,61%.

Telkomsigma didukung oleh 4 anak perusahaan yang aktif yaitu PT Collega Inti Pratama (Collega), PT Media Nusantara Data Global (MNDG), PT Graha Telkomsigma (GTS) dan PT Pojok Celebes Mandiri (Pointer). Melalui 4 anak perusahaan ini, Telkomsigma menyediakan solusi menyeluruh berbasis teknologi informasi dan komunikasi yang menciptakan nilai bagi lebih banyak perusahaan.



Gambar 1. 1 Logo Perusahaan

Sumber: (PT Sigma Cipta Caraka, 2024)

Telkomsigma saat ini dikenal sebagai salah satu perusahaan penyedia solusi teknologi informasi *business-to-business* (B2B) terkemuka di Indonesia. Berbekal pengalaman dan keahlian yang dimilikinya, Telkomsigma terus memimpin dalam hal inovasi, pengembangan, serta pengelolaan solusi teknologi informasi, dan secara konsisten menghadirkan keunggulan di bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Dengan visinya sebagai Mitra Transformasi Digital Pilihan, saat ini Telkomsigma hadir dengan 3 Portofolio Bisnis; Layanan *Cloud*, Layanan Informasi Teknologi & Keamanan Siber.

1.1.2 *Logistics and Sourcing Management*

Logistics and Sourcing Management merupakan unit bisnis pada *Finance and Risk Management* di Telkomsigma yang bertanggung jawab dalam proses pengadaan, proses kemitraan dengan vendor/*partner*, dan administrasi dokumen terkait dengan *sourcing*.

Strategic Sourcing adalah proses pengidentifikasian strategi pengadaan pada kategori Barang atau Jasa tertentu di Telkomsigma, serta pencarian dan penetapan Mitra untuk Pengadaan Barang dan/atau Jasa yang bertujuan kepada pencapaian harga terbaik melalui proses yang efektif dan efisien yang dilaksanakan oleh Unit Fungsi Logistik dengan salah satu caranya mengkonsolidasikan kebutuhan Barang dan/atau Jasa di lingkungan Perusahaan & Telkom Group.

Tujuan dilakukan *Strategic Sourcing* di Telkomsigma adalah sebagai berikut:

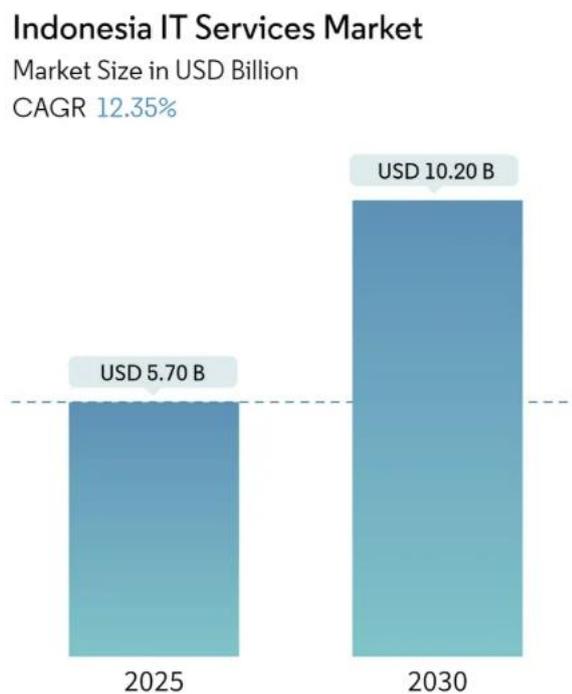
1. Menghasilkan barang dan/atau jasa yang sesuai dengan standar kualitas, kuantitas, waktu, biaya, lokasi, serta mitra kerja yang tepat.
2. Mendorong terciptanya nilai tambah bagi perusahaan melalui proses pengadaan yang efektif dan efisien.
3. Mewujudkan proses pengadaan yang memberikan nilai optimal (*value for money*) dengan pendekatan yang fleksibel dan inovatif, namun tetap menjunjung prinsip kompetisi yang sehat, transparansi, akuntabilitas, serta berlandaskan etika pengadaan yang baik.
4. Sinergi Telkom Group dan Telkomsigma Group.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Menurut penelitian yang dipublikasikan oleh Gartner (2021), market layanan *Cloud* beserta layanan teknologi informasi B2B di Indonesia diperkirakan berpotensi tumbuh secara signifikan setiap tahunnya berdasarkan estimasi tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 27% untuk *Cloud* dan 7% untuk *B2B IT Services* hingga tahun 2024. Selain itu, pandemi Covid-19 turut mendorong percepatan adopsi teknologi *Cloud* dan menjadi katalis dalam percepatan proses transformasi digital di berbagai sektor. (Amanda, 2022).

Menurut Mordor Intelligence, ukuran Pasar Layanan TI Indonesia diperkirakan mencapai USD 5,70 miliar pada tahun 2025, dan diharapkan mencapai USD 10,20 miliar di tahun 2030, dan CAGR sebesar 12,35% pada periode perkiraan (2025-2030) (Gambar 1.2). Indonesia termasuk dalam kelompok negara dengan

tingkat pertumbuhan pasar cloud publik tercepat di kawasan Asia-Pasifik, yang menarik investasi dari seluruh dunia. Peningkatan besar dalam jumlah perusahaan rintisan layanan TI juga berkontribusi terhadap percepatan pertumbuhan Indonesia. Banyak perusahaan teknologi besar berinvestasi di Indonesia dan merangkul teknologi cloud untuk mendukung ekspansi digital.



Gambar 1. 2 Pasar IT Services Indonesia

Sumber: (Mordorintelligence.com, 2025a)

PT Sigma Cipta Caraka (Telkomsigma) adalah perusahaan yang memiliki bisnis di sektor teknologi informasi dan merupakan bagian dari PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. Pada saat ini Telkomsigma memiliki lebih dari 895 klien (Telkomsigma, 2024) dan memiliki 13,8% pangsa pasar Layanan Teknologi Informasi Digital (Telkom, 2023).

Pada tahun 2025, Telkomsigma memiliki pangsa pasar *digital IT services* sebesar 14% (Telkomsigma.co.id, 2025) dan masuk ke dalam lima besar perusahaan *IT services* teratas di Indonesia (Mordorintelligence.com, 2025b).

Walaupun Telkomsigma masuk ke dalam lima besar perusahaan *IT services* teratas di Indonesia, namun jika dilihat pertumbuhan pangsa pasar dari tahun 2023 ke tahun 2025 belum tumbuh secara signifikan. Sehingga untuk mendukung visinya sebagai Mitra Transformasi Digital Pilihan, Telkomsigma perlu meningkatkan keunggulan kompetitifnya agar dapat bertumbuh dan terus menjaga keberlanjutan perusahaan. Salah satu metode untuk meningkatkan keunggulan tersebut adalah dengan menjamin layanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan kriteria dan kebutuhan mereka serta ditawarkan dengan harga yang kompetitif.

Dalam meningkatkan keunggulan kompetitif, manajemen Telkomsigma telah menurunkan fungsi dan tujuan ke setiap unit bisnis di perusahaan. Salah satu tujuan *Logistics and Sourcing Management* Menghasilkan barang dan/atau jasa dengan kualitas, kuantitas, waktu, biaya, lokasi, dan mitra yang tepat, serta dilakukan secara kompetitif, transparan, dan akuntabel, yang berlandaskan pada prinsip-prinsip etika pengadaan yang baik (Telkomsigma, 2024).

Salah satu elemen penting dalam proses pengadaan yang berperan dalam mengintegrasikan perencanaan strategis perusahaan adalah pemilihan pemasok dalam hal ini adalah pengadaan. Keberhasilan akan keunggulan kompetitif perusahaan sangat ditentukan oleh pemasok yang berkompentensi tinggi (Wagner, 2006) . Selain itu, pemasok berperan dalam mendukung empat aspek utama

keunggulan kompetitif, yakni kualitas, ketepatan waktu pengiriman, fleksibilitas, dan efisiensi biaya (Olhager & Prajogo, 2012) dalam (Saputro et al., 2022).

Dalam proses pengadaan, Telkomsigma menerapkan *multiple supplier* atau multi-pemasok dalam pemilihan pemasok. Telkomsigma bekerja sama dengan berbagai pemasok berasal dari sumber domestik maupun internasional dalam rangka memenuhi kebutuhan operasional perusahaan secara optimal maupun kebutuhan pelanggan. Dengan tujuan memperoleh harga yang bersaing dan pemenuhan kebutuhan pelanggan yang selalu beragam tergantung dengan kebutuhan pelanggan itu sendiri.

Namun pada praktiknya, manajemen menilai waktu dalam proses pengadaan masih dianggap lama sehingga masih diperlukan percepatan hal durasi waktu proses. Efisiensi harga dalam negosiasi juga perlu ditingkatkan mengingat perlunya harga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan pesaing. Selain itu, proses pengelolaan dan pemilihan pemasok juga perlu ditingkatkan, mengingat terdapat beberapa keterlambatan dalam pelaksanaan pekerjaan yang dilakukan oleh mitra, serta ketidaksanggupan mitra dalam menyediakan barang atau jasanya.

Di sisi lain, proses dalam pengadaan masih banyak dilakukan secara manual atau konvensional. Transformasi digital sudah dilakukan, namun digitalisasi pengadaan hingga saat ini hanya ada dalam beberapa bagian proses, sehingga proses pengumpulan data pengadaan secara *end-to-end* masih perlu dilakukan integrasi secara manual.

Sedangkan menurut (Althabatah et al., 2023) menyebutkan digitalisasi telah membuka era baru dalam pengadaan, memungkinkan penggunaan analisis data untuk menyesuaikan dengan dinamika bisnis yang terus berubah. Dikenal sebagai Industri 4.0, perubahan transformatif ini menghadirkan berbagai peluang serta kapabilitas yang dapat mengoptimalkan proses.

Penelitian telah menunjukkan peran penting teknologi digital dan manfaatnya yang signifikan jika digital transformasi digital secara efektif diterapkan. Literatur mengungkapkan bahwa transformasi digital memberikan dampak positif terhadap rantai pasokan secara keseluruhan, khususnya dalam proses pengadaan. Dengan demikian, transformasi digital menjadi faktor esensial dalam meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan (Alabdali & Salam, 2022).

Pendekatan strategi multi-pemasok dapat memperkuat ketahanan perusahaan terhadap turbulensi pasar dengan melibatkan beragam penyedia yang memiliki karakteristik berbeda, sekaligus mengurangi ketergantungan pada sejumlah pemasok utama. Strategi ini juga berkontribusi terhadap pengembangan kapabilitas digital perusahaan melalui kerja sama yang lebih luas dengan mitra eksternal. Di sisi lain, penerapan digitalisasi turut mendukung peningkatan kinerja rantai pasok, khususnya dalam aspek pengadaan, yang pada akhirnya mendorong tercapainya keunggulan kompetitif secara berkelanjutan.

1.3 Perumusan Masalah

Proses pengadaan adalah proses yang krusial bagi perusahaan karena bagaimana perusahaan mendapatkan sumber daya yang tepat kualitas, jumlah,

waktu, biaya, dan lokasi guna mendukung penyediaan layanan terbaik bagi pelanggan. Namun masih banyak kendala yang terjadi pada prosesnya. Dimulai dari waktu proses pengadaan yang masih dianggap lama, efisiensi harga perolehan yang masih perlu ditingkatkan, adanya keterlambatan pengiriman, adanya pemasok yang tidak mampu untuk menyelesaikan pekerjaan, dan juga adanya ketidakpastian pasokan dan harga di pasaran sehingga diperlukan pengelolaan pemasok yang lebih baik.

Digitalisasi sudah mulai dilakukan di dalam proses, namun tidak semua proses dilakukan secara digital, lebih banyak proses yang dilakukan secara tradisional. Hal ini juga dapat memperlambat proses pengolahan data dan penyajian data.

Menurut (Alabdali & Salam, 2022) transformasi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengadaan. Bowersox et al. juga mencatat bahwa e-procurement dapat membedakan perusahaan dari pesaing mereka. Penggunaan teknologi meningkatkan manajemen operasi e-procurement dan meningkatkan layanan pelanggan. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis terkait digitalisasi pada yang telah dilakukan pada proses pengadaan pengukurannya terhadap bisnis proses dan pengaruhnya terhadap keunggulan kompetitif perusahaan.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Dengan mengacu kepada penjabaran rumusan masalah yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka didapatkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah transformasi digital berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif?

2. Apakah transformasi digital berpengaruh secara tidak langsung terhadap keunggulan kompetitif melalui pengadaan?
3. Apakah transformasi digital berpengaruh positif terhadap pengadaan?
4. Apakah pengadaan berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif?
5. Apakah multi-pemasok berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif?
6. Apakah multi-pemasok berpengaruh secara tidak langsung terhadap keunggulan kompetitif melalui kapabilitas digital?
7. Apakah multi-pemasok berpengaruh positif terhadap kapabilitas digital?
8. Apakah kapabilitas digital berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif?
9. Apakah turbulensi pasar berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui transformasi digital dapat memengaruhi keunggulan kompetitif.
2. Untuk mengetahui transformasi digital berpengaruh secara tidak langsung terhadap keunggulan kompetitif melalui pengadaan.
3. Untuk mengetahui transformasi digital berpengaruh positif terhadap pengadaan.
4. Untuk mengetahui pengadaan berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.
5. Untuk mengetahui multi-pemasok berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.

6. Untuk mengetahui multi-pemasok berpengaruh secara tidak langsung terhadap keunggulan kompetitif melalui kapabilitas digital
7. Untuk mengetahui multi-pemasok berpengaruh positif terhadap kapabilitas digital.
8. Untuk mengetahui kapabilitas digital berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.
9. Untuk mengetahui turbulensi pasar berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan informasi yang bermanfaat serta referensi bagi studi-studi selanjutnya. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya pengetahuan, khususnya mengenai pengaruh digitalisasi terhadap tantangan dalam proses pengadaan.

- b. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat praktis bagi berbagai pemangku kepentingan yang terlibat, terutama kepada PT. Sigma Cipta Caraka. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada perusahaan mengenai pentingnya digitalisasi pada proses pengadaan.

c. **Manfaat Umum**

Secara umum, penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat bagi seluruh pihak yang terlibat. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tambahan kepada perusahaan jasa terutama kepada PT. Sigma Cipta Caraka mengenai pentingnya digitalisasi pada proses pengadaan khususnya pengadaan.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika pada penulisan Tugas Akhir terbagi menjadi lima bagian:

1. **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan mengenai objek penelitian, latar belakang permasalahan, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan karya ilmiah ini.

2. **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menyajikan berbagai teori dan konsep yang digunakan sebagai dasar dalam membangun kerangka pemikiran dan mendukung analisis pada penelitian ini.

3. **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan langkah-langkah atau metode yang digunakan oleh peneliti dalam menjalankan penelitian. Metode tersebut mencakup proses pengumpulan data, pengolahan data, analisis, serta penyusunan rekomendasi yang ditujukan untuk PT Sigma Cipta Caraka.

4. BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan analisis data dan pembahasan yang dilakukan berdasarkan pada pendekatan yang selaras dengan teori-teori relevan yang mendasari penelitian.

5. BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan sebagai rangkuman dari temuan hasil penelitian, serta dilengkapi dengan saran yang disusun berdasarkan manfaat dan implikasi dari penelitian yang telah dilakukan.