

## Kajian Customer Information System: Studi Kasus Pada PT. Indonesia Super Holiday

Sri Utami  
AMIK BSI Bekasi  
sritami08@gmail.com

**Abstrak** - Salah satu aspek penting dalam dunia perjalanan adalah memberikan informasi mengenai pengalaman-pengalaman unik yang menyenangkan melalui layanan inovatif dan prima, yang didukung dengan data yang dapat dipercaya dan dapat diakses secara langsung. Oleh karena itu banyak biro perjalanan yang mulai sadar akan pemakaian penggunaan teknologi komputer dalam menjalankan aktivitas organisasi, termasuk juga PT. Indonesia Super Holiday sebagai salah satu biro perjalanan.

PT. Inonesia Super Holiday menjadikannya teknologi komputer sebagai salah satu faktor yang penting dalam kegiatan mengeksplorasi pengetahuan tentang tempat wisata dunia, administrasi, dan pelayanan kepada stakeholder dalam hal ini adalah pelanggan. Oleh karena itu sebagai wujud tanggung jawab atas kepuasan stakeholdernya maka PT. Indonesia Super Holiday menerapkan suatu sistem informasi yang diberi nama Customer Information Services (CIS) sebagai salah satu modelnya. Dengan adanya CIS di PT. Indonesia Super Holiday diharapkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap sistem pelayanan yang ada terus bagus dan tercipta ketidakbergantungan terhadap layanan pelanggan pribadi yang terselubung dengan berbagi pengetahuan yang ada pada CIS dan implementasi Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT).

**Kata Kunci:** *Layanan Informasi Pelanggan dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology.*

**Abstrak** – Salah satu aspek penting dalam dunia perjalanan adalah memberikan informasi mengenai pengalaman-pengalaman unik yang menyenangkan melalui layanan inovatif dan prima, yang didukung dengan data yang dapat dipercaya dan dapat diakses secara langsung. Oleh karena itu banyak biro perjalanan yang mulai menyadari akan pentingnya penggunaan teknologi komputer dalam menjalankan aktivitas organisasi, termasuk juga PT. Indonesia Super Holiday sebagai salah satu biro perjalanan.

PT. Inonesia Super Holiday menjadikannya teknologi komputer sebagai salah satu faktor yang penting dalam kegiatan mengeksplorasi pengetahuan tentang tempat wisata dunia, administrasi, serta pelayanan kepada stakeholder dalam hal ini adalah customer. Oleh karenanya sebagai wujud tanggung jawab atas kepuasan stakeholdernya maka PT. Indonesia Super Holiday mengimplementasikan suatu sistem informasi yang diberi nama Customer Information Services (CIS) sebagai salah satu modelnya. Dengan adanya CIS di PT. Indonesia Super Holiday diharapkan tingkat kepuasan customer terhadap sistem pelayanan yang ada semakin bagus dan tercipta ketidakbergantungan kepada personal customer service melainkan bergantung kepada knowledge sharing yang ada pada CIS dan penerapan metode Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT).

**Kata Kunci:** *Customer Information Services dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology.*

### I. PENDAHULUAN

Jasa layanan perjalanan, khususnya traveling mengalami persaingan yang sangat kuat pada saat ini. Pendetang baru yang bekerja sama dengan perusahaan penerbangan swasta maupun negeri yang sangat ketat pada saat ini. Pendetang baru yang bekerja sama dengan penerbangan swasta maupun negeri yang mulai gencar melakukan promosi untuk mendapatkan pasar local berpotensi menjadi pesaing jumlahnya kian bertambah banyak.

Salah satu aspek terpenting dalam dunia traveling didalam sebuah perusahaan jasa perjalanan adalah memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dalam penyajian informasi bagi

stakeholder dan pengambilan keputusan yang cepat, tepat, hemat dan akurat, yang terdukung dengan data yang dapat di percaya (*real time*) dan dapat diakses secara langsung (*online*). Oleh karena itu banyak perusahaan perjalanan yang mulai menjalankan aktivitas organisasi, termasuk juga PT. Indonesia Super Holiday sebagai salah satu biro perjalanan.

Adanya sebuah teknologi baru dibidang informasi-komunikasi berupa *Customer Information System* (CIS) ini, akan menghasilkan reaksi pada diri penggunaanya, yaitu berupa penerimaan (*acceptance*) dan penggunaan (*use*) maupun penolakan (*avoidance*). Namun demikian, masih sering

terdengar kegagalan dalam menerapkan teknologi informasi. Keberhasilan penerapan teknologi informasi disamping ditentukan aspek perangkat keras dan perangkat lunak, serta infrastruktur lainnya, juga sangat ditentukan oleh pengguna teknologi tersebut. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kegagalan penerapan teknologi informasi saat ini lebih karena aspek perilaku pengguna teknologi informasi (Adam, 1992).

**II. LANDASAN TEORI  
 Teknologi Informasi**

Teknologi dapat diartikan sebagai sistem komputer (*hardware, software, dan data*) serta jasa yang mendukung pemakai untuk membantu pemakai dalam tugas-tugasnya (Goodhue, 1995). Pemahaman tentang teknologi informasi akan menentukan keberhasilan suatu sistem informasi, sebaliknya ketidaktahuan atau kecemasan pemakai terhadap sistem yang baru dapat menyebabkan kegagalan dalam menggunakan informasi.

**Structural Equation Modelling (SEM)**

*Structural Equation Modelling* (SEM) merupakan teknik statistik yang digunakan untuk membangun dan menguji model statistik yang biasanya dalam bentuk model-model sebab akibat. SEM sebenarnya merupakan teknik hibrida yang meliputi aspek-aspek penegasan (*confirmatory*) dari analisis factor, analisis jalur dan regresi yang dapat dianggap sebagai kasus dalam SEM (SANTOSO, 2011).

**AMOS (Analysis of Moment Structure)**

Amos merupakan program yang dirancang untuk menyelesaikan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) berbasis *covariance* (Ghozali, 2004).

**Model UTAUT**

Model UTAUT adalah sebuah model berbasis teori yang dikembangkan oleh Venkatesh, et.al pada tahun 2003. Model ini menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan individu terhadap teknologi informasi (TI). Dalam UTAUT ada empat aspek utama yang berperan penting sebagai faktor yang mendominasi langsung dari *behavioral intention* dan *use behavior* yaitu *performance expectancy, effort expectancy, dan behavioural intentions*. Disamping itu ada empat faktor variabel yang mempengaruhi: *gender, age, voluntariness of use, dan experience* yang diposisikan untuk memoderisasi dampak dari empat aspek utama pada *behavioral intention dan use behavior*.

**III. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan analisis multivariat yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang lebih mendalam dan lengkap dari obyek penelitian, dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Agar data lebih obyektif penelitian ini mengambil data dari 150 responden PT. Indonesia Super Holiday yang diolah menggunakan *Simultaneous Equation Model* (SEM), jumlah kuesioner bias diproses paling tidak sebanyak 100-200).

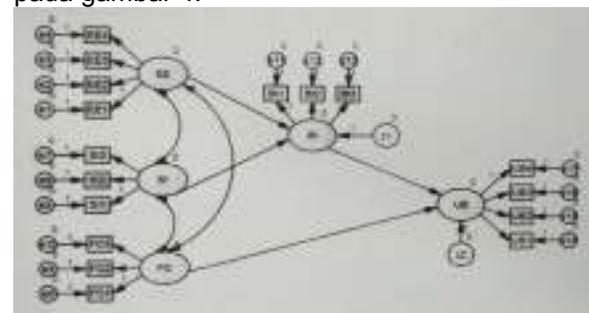
**IV. PEMBAHASAN**

Responden dari penelitian ini adalah customer PT. Indonesia Super Holiday, sejumlah 150 orang dengan menggunakan media kuesioner. Obyek penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, tujuan wisata dan usia yang dapat dilihat pada tabel 4.

**Tabel 4. Profil Responden**

Klasifikasi Responden	Jumlah	Persentase (%)
<b>Jenis Kelamin</b>		
Pria	55	36,7
Wanita	95	63,3
<b>Jumlah</b>	<b>150</b>	<b>100</b>
<b>Tujuan Wisata</b>		
Domestik	135	90,0
Internasional	15	10,0
<b>Jumlah</b>	<b>150</b>	<b>100</b>
<b>Usia</b>		
<30	120	80,0
>30	30	20,0
<b>Jumlah</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

Tanggapan responden terhadap kuesioner yang diberikan peneliti nampak pada jawaban responden. Tahapan selanjutnya adalah pembuatan path diagram yang disusun berdasarkan model SEM yang dapat dilihat pada gambar 4.



**Gambar 4. Model Berbasis Teori**

**4.1. Uji validitas**

Untuk mengukur validitas konstruk dapat dilihat dari *loading factor* dan konstruk dikatakan valid apabila *loading factor* > 0.5. Uji validitas dirangkum dan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas**

Konstruk	Item	Loading	Keterangan
		Factor	
<i>Effort Expectancy</i> (EE)	EE1	.876	Vallid
	EE2	.636	Valid
	EE3	.717	Valid
	EE4	.789	Valid
<i>Social Influence</i> (SI)	SI1	.681	Valid
	SI2	.796	Valid
	SI3	.784	Valid
<i>Facilitatng Condition</i> (FC)	FC1	.829	Valid
	FC2	.846	Valid
	FC3	.793	Valid
<i>Behaviour Influence</i> (BI)	BI1	.588	Valid
	BI2	.722	Valid
	BI3	.740	Valid
<i>Use Behavior</i> (UB)	UB1	.568	Valid
	UB2	.681	Valid
	UB3	.671	Valid
	UB4	.634	Vallid

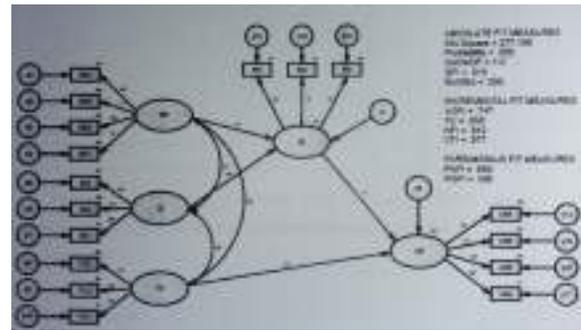
#### 4.2. Uji Reliabilitas

Dengan melakukan uji reliabilitas, pendekatan yang dianjurkan adalah mencari nilai besaran *composite (construct) reliability* dan *variance extracted* dari masing-masing variabel laten dengan menggunakan informasi pada *loading factor* dan *measurent error*.

Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Construct Reliability	Variance Extrcted
<i>Effort Expectancy</i> (EE)	0.843	0.577
<i>Social Influence</i> (SI)	0.799	0.571
<i>Facilitatng Condition</i> (FC)	0.863	0.677
<i>Behaviour Influence</i> (BI)	0.737	0.486
<i>Use Behavior</i> (UB)	0.734	0.419

Pada Tabel 4.2. terlihat smua konstruk variabel laten EE, SI, FC, BI dan UB memenuhi syarat *cutt-of value* untuk *construct reliability* minimal 0,70. Sedangkan nilai *variance extracted* untuk konstruk variabel laten EE, SI dan FC juga memenuhi batas nilai *variance extracted* berada diatas 0,50, kecuali BI dan UB. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel memiliki realibilitas yang baik. Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas maka didapatkan model sebagai berikut:



Gambar 4.2. Model Penelitian Setelah Uji Kesesuaian Model

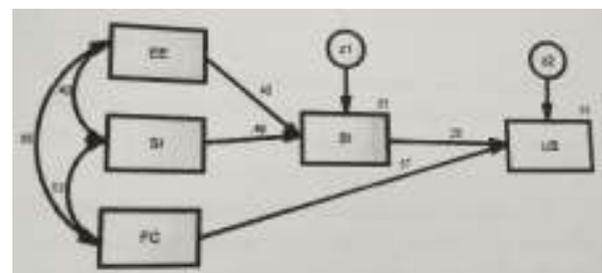
#### 4.3. Uji Path Analysis

Setelah model penelitian terbentuk, kemudian dilakukan pengujian signifikan. Jika terdapat koefisien yang bernilai negatif atau yang tidak signifikan apabila nilai *p* tersebut memiliki angka 0,05. Koefisien regresi antar variabel dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.3. Output Regression Weights

	Estimate	S.E	C.R.	P	Label
BI < EE	.229	.03	6.43	***	par_3
BI < SI	.534	.05	7.90	***	par_4
UB < FC	.07	7.66			par_5
UB < BI	.09	3.49			par_7

Berdasarkan hasil *output* uji signifikan pada tabel 4.3. semua nilai di bawah 0,05 yaitu jalur dari variabel EE menuju BI dengan nilai (\*\*\*) , pada jalur dari variabel SI menuju BI dengan nilai (\*\*\*) , pada jalur dari variabel FC menuju UB dengan nilai (\*\*\*) dan jalur dari variabel BI menuju UB dengan nilai (\*\*\*) . Dengan demikian semua jalur yang menuju UB dianggap signifikan. Sehingga model akhir penelitian dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.3. Model Akhir Penelitian

#### 4.3.1. Interpretasi Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis penelitian dengan menggunakan alat uji AMOS 18 dalam bentuk

regression weight dalam tabel 4.4. Adapun kriteria pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Nilai CR (*critical ratio*) > 1.96, dengan tingkat signifikasnsi < 0,05 berarti variabel eksogen berpengaruh pada variabel endogen.
- b. Nilai CR (*critical ratio*) < 1.96, dengan tingkat signifikasnsi > 0,05 berarti variabel eksogen tidak berpengaruh pada variabel endogen.

**Tabel 4.4. Output Regression Weight Model Akhir Penelitian**

	Estima	S.E	C.R.	P	Label
BI ----- <	.229	.03	6.43	***	par_
EE	.418	6	3	***	3
BI ----- <	.534	.05	7.90	***	par_
SI	.334	3	9	***	4
UB ----- <		.07	7.66		par_
FC		0	7		5
UB ----- <		.09	3.49		par_
BI		6	4		7

Sedangkan uji tanda hubungan variabel eksogen terhadap variabel endogen dengan melihat nilai *estimate standardized regression wights*.

**Tabel 4.5. Output Standardized Regression Weight Model Akhir Penelitian**

	Estimate
BI ----- <	.402
EE	.494
BI <----- SI	.571
UB ----- <	.260
FC	
UB ----- <	
BI	

**Tabel 4.6. Output Squared Multiple Correlations Model Akhir Penelitian**

	Estimate
BI	.566
UB	.550

Model persamaan struktural berdasarkan hasil tersebut dapat ditulis sebagai berikut:

$$BI = 0.566 + 0.229 EE + 0.418 SI$$

$$UB = 0.550 + 0.534 FC + 0.334 BI$$

Keterangan :

EE = *Effort Expectancy*, variabel laten eksogen  
 SI = *Social Influence*, variabel laten eksogen  
 FC = *Facilitating Condition*, variabel laten eksogen  
 BI = *Behavior Influence*, variabel laten endogen  
 UB = *Use Behavior*, variabel laten endogen

## V. KESIMPULAN

Setelah melakukan pengujian CIS ternyata dapat memfasilitasi bagi customer dalam mendapatkan informasi tentang perjalanan yang disediakan oleh PT. Indonesia Super Holiday. Dan faktor usia mempengaruhi untuk membiasakan diri menggunakan CIS, serta hipotesa dugaan terhadap perbedaan antara jenis kelamin (*Gender*) dan usia (*Age*) customer terhadap penerimaan dan penggunaan CIS di PT. Indonesia Super Holiday bisa diterima. Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel yang lebih besar lagi dari peelitian ini, sehingga menghasilkan kondisi yang sebenarnya dan representatif.

## REFERENSI

- [1] Ferdinand, A. (2005). *Structural Equation Modeling* Dalam Penelitian Manajemen, Badan Penerbit Diponegoro, Edisi ketiga.
- [2] Ghodue, D.L. & Thompson, R.L., "Task Technology Fit and Individual Performance", *MIS Quarterly*, 19.
- [3] Sedana, I Gusti Nyoma & St. Wisnu Wijaya, (2010). "UTAUT Model for Understanding Learning Management System", *Internetworking Indonesia Journal*, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, Vol.2/No.2.