

## ABSTRAKSI

Di tengah krisis ekonomi dewasa ini, setiap badan usaha dan masyarakat perorangan dipaksa untuk berhemat dalam segala kegiatan. Namun, salah satu kegiatan yang tidak mungkin ditinggalkan adalah berkomunikasi untuk memperoleh informasi. Komunikasi baik dalam badan usaha maupun masyarakat perorangan, sudah seperti darah dalam tubuh. Kalau darah dalam tubuh tidak mengalir lancar, tubuhpun tidak akan dapat bertahan. Yang menjadi persoalannya saat ini adalah bagaimana dapat menghemat biaya komunikasi itu di tengah naiknya harga pulsa telepon. Ternyata, Internet merupakan alternatif yang baik untuk mengatasi borosnya biaya komunikasi. Internet, bila dilihat dari kemampuan dan segi fungsinya yang serbaguna, memang sangat menakjubkan. Mulai dari sebagai jalan raya informasi, tempat ngobrol dengan fasilitas *E-mail*, forum diskusi, jendela informasi, sarana bisnis dan sebagainya. Pendek kata, semua ada dan semua bisa. Keajaiban inilah yang membuat Internet sebagai terobosan sistem komunikasi diminati banyak kalangan masyarakat di dunia dan membuat jaringan Internet tumbuh dengan pesat.

Demam Internet yang melanda Indonesia ini telah mendorong sejumlah pengusaha Indonesia menjadi Penyedia Jasa Internet (*Internet Service Provider*). Pertumbuhan Penyedia Jasa Internet ini dimulai sejak tahun 1994 dengan munculnya IndoInternet sebagai Penyedia Jasa Internet yang pertama. Munculnya, Penyedia Jasa Internet pertama ini diikuti oleh sekitar 10 Penyedia Jasa Internet lain yang muncul pada tahun 1995. Perkembangan PJI yang paling pesat terjadi pada tahun 1996, dan hingga 16 Januari 1998 terdaftar, 32 Penyedia Jasa Internet dalam Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (PJII).

Penyedia Jasa Internet banyak bermunculan pada pasar yang sama di Indonesia, sehingga tercipta iklim persaingan antar Penyedia Jasa Internet. Bagaikan menjual produk konsumsi, jasa sambungan ke internet dipasarkan oleh para Penyedia Jasa Internet.

Dalam memilih Penyedia Jasa Internet, faktor-faktor penting yang diperhatikan oleh konsumen atau pemakai jasa Penyedia Jasa Internet antara lain, lokasi geografis Penyedia Jasa Internet, lebar *bandwidth*, kapasitas line, kecepatan modem, reputasi, pelayanan, dukungan teknis, dan biaya. Dapat dilihat bahwa sebagian besar perhatian pengguna jasa Penyedia Jasa Internet tersebut berkaitan dengan kualitas teknologi internet yang disediakan oleh Penyedia Jasa Internet. Oleh karena itu, seberapa jauh Penyedia Jasa Internet dapat memenuhi permintaan-permintaan konsumen tersebut, tergantung dari teknologi yang digunakan oleh Penyedia Jasa Internet tersebut. Karena itu, berlomba memperbaiki spesifikasi teknis dengan penerapan teknologi mutakhirlah yang kini menjadi "kiat" utama

para Penyedia Jasa Internet untuk menambah dan mempertahankan pelanggannya, sehingga dapat memenangkan persaingan.

Hal tersebut didukung oleh Frederick Betz yang mengatakan bahwa suatu badan usaha menerapkan strategi teknologi informasi yang memegang peranan penting untuk menghadapi persaingan, karena teknologi informasi akan menjadi ujung dari suatu persaingan. Selain itu Louis Fried menambahkan bahwa strategi teknologi informasi memegang peranan penting dalam perkembangan semua jenis badan usaha mulai dari retail, industri manufaktur maupun industri jasa yang besar sekalipun.

Menurut Henry C. Lucas, peranan Teknologi Informasi bagi suatu badan usaha untuk memenangkan persaingan adalah terletak pada perubahan-perubahan yang terjadi dalam badan usaha karena diterapkannya Teknologi Informasi tersebut, dan salah satu perubahan itu, berkenaan dengan konsumen.

Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh teknologi informasi pada penyedia jasa internet terhadap peningkatan kepuasan pengguna internet, yang akhirnya dapat meningkatkan kinerja penyedia jasa internet secara *nonfinancial* khususnya, jika dipandang dari sudut pandang konsumen. Selain itu juga akan diteliti tentang perbandingan kinerja secara *nonfinancial* dari *customer perspective* atas ketiga penyedia jasa internet yang akan diteliti, yaitu Radnet, IndoInternet, dan Mitranet.

Dari hasil penelitian, jelas sudah bahwa sebenarnya pemanfaatan teknologi informasi mampu meningkatkan atau berpengaruh terhadap *nonfinancial performance* suatu penyedia jasa internet. Sehingga investasi di bidang teknologi informasi ini tidaklah sia-sia. Di sisi lain juga pihak manajemen harus terus melakukan pengembangan dan *improvement* melalui teknologi informasinya jika ingin meningkatkan kinerjanya khususnya secara *nonfinancial*. Sehingga hal tersebut dapat digunakan sebagai *competitive advantage* bagi suatu penyedia jasa internet.