

ANALISIS PENGARUH *CONTENT*, BENTUK, DAN MEDIA KOMUNIKASI TERHADAP KESUKSESAN PROYEK IMPLEMENTASI *ENTERPRISE RESOURCE PLANNING* (ERP) DI BANK ABC

EFFECT OF CONTENT, FORM, AND MEDIA OF COMMUNICATION ANALYSIS ON THE SUCCESS OF ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP) PROJECT IMPLEMENTATION IN BANK ABC

Gun Gun Gumilar¹, Dian Kurniasari Citra Dewi², Hoga Saragih³

Program Studi Sistem Informasi – Universitas Bakrie
Kampus Kuningan, Kawasan Epicentrum, Jl. H.R. Rasuna Said Kav. C-22, 12920, Indonesia
¹gungun.gumilar@bakrie.ac.id, ²diankcd@gmail.com, ³hogasaragih@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut komunikasi yang mempengaruhi kesuksesan proyek implementasi *Enterprise Resource Planning* (ERP) di Bank ABC. Atribut komunikasi yang dievaluasi dalam penelitian ini meliputi *content*, bentuk, dan media komunikasi. Penelitian dilakukan menggunakan instrumen kuesioner untuk mengukur persepsi perihal faktor-faktor tersebut. Data tersebut selanjutnya diolah menggunakan analisis regresi dan statistik deskriptif untuk mengetahui pengaruh *content*, bentuk, dan media komunikasi terhadap kesuksesan proyek implementasi ERP di Bank ABC. Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa responden, yaitu anggota tim proyek implementasi ERP di Bank ABC, setuju bahwa *content*, bentuk, dan media komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan proyek implementasi ERP di Bank ABC. Dengan demikian, *content*, bentuk, dan media komunikasi dapat menjadi salah satu alat ukur kesuksesan proyek implementasi ERP di Bank ABC.

Kata kunci: kesuksesan proyek, implementasi ERP

Abstract

This research aims to discover communication attributes that gives successful effect on Enterprise Resource Planning (ERP) implementation project in ABC Bank. Communication attributes analyzed in this research are communication content, form, and media. The data were analyzed using descriptive statistics and regression analysis in order to examine communication content, form, and media's successful effect on ERP implementation project in ABC Bank. The result of this study indicates that project team of ERP implementation project in ABC Bank as respondents do agree that communication content, form, and media are giving positive influence on successful ERP implementation project in ABC Bank. Therefore, communication content, form, and media can be used as one of the measuring instruments on success indicator in implementing ERP project in ABC Bank.

Keywords: *successful project, ERP implementation*

Tanggal Terima Naskah : 20 Oktober 2015
Tanggal Persetujuan Naskah : 23 Maret 2016

1. PENDAHULUAN

Information Technology (IT) mempunyai peran yang sangat penting. Perkembangan IT yang semakin pesat menyebabkan kebutuhan manusia akan teknologi juga semakin tinggi. Teknologi tidak lagi hanya berperan untuk membantu dalam menyelesaikan tugas sehari-hari, tetapi sudah menjadi kebutuhan pokok bagi manusia. Di samping itu, perusahaan juga merupakan objek yang memanfaatkan IT. Penggunaan IT dalam sebuah perusahaan sangatlah penting. IT berperan membantu perusahaan dalam menjalankan proses bisnis sehingga tidak kalah saing dengan kompetitornya. Penggunaan *hardware*, *software*, dan *networks* mengubah lingkungan kerja perusahaan secara radikal.

Melihat pentingnya peranan IT, perusahaan semakin memberikan perhatian lebih terhadap IT, tidak terkecuali terhadap proyek-proyek yang berhubungan dengan IT. Sampai dengan tahun 1980-an, manajemen proyek mempunyai fokus untuk memberikan *schedule* dan *resource* data untuk *top management*. Namun, dewasa ini perusahaan menyadari bahwa untuk menjadi sukses, perusahaan harus menggunakan teknik manajemen proyek yang modern [1]. Penerapan manajemen proyek sangat penting dalam bisnis, industri, pemerintahan, dan kegiatan pribadi. Setiap orang dan organisasi membutuhkan manajemen proyek karena proyek menawarkan sebuah jalan pemenuhan dari usaha manusia.

Karena hal tersebut, kesuksesan suatu proyek menjadi hal yang sangat krusial bagi perusahaan. Perusahaan berusaha keras untuk mencapai target atas proyek yang dijalankan. Meskipun demikian, hasil studi dari berbagai institusi di dunia menunjukkan bahwa masih banyak proyek yang gagal. Hasil studi IBM menunjukkan bahwa hanya 40% proyek sesuai dengan *schedule*, *budget*, dan *quality goals* yang ditetapkan. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan sebuah proyek karena kegagalan suatu proyek, terutama proyek IT, dapat menimbulkan kerugian yang cukup besar bagi perusahaan. Suatu proyek dikatakan sukses jika memenuhi tiga kriteria, yaitu proyek memenuhi *scope*, *time*, dan *cost* yang ditargetkan, proyek memenuhi permintaan klien, dan hasil akhir proyek sesuai dengan tujuan utama yang ditetapkan [2].

Untuk dapat memenuhi tiga kriteria tersebut, manajer proyek perlu memperhatikan sembilan *knowledge areas*, salah satunya manajemen komunikasi proyek. Manajemen komunikasi proyek mempunyai peranan yang cukup signifikan karena berhubungan dengan informasi proyek, mulai dari menciptakan, mengumpulkan, menyebarkan, dan menyimpan informasi [2]. Komunikasi yang buruk dapat menyebabkan *deadline* dan ekspektasi proyek tidak terpenuhi, serta pemangku kepentingan tidak puas terhadap hasil akhir proyek [3].

Jika suatu proyek dapat menentukan bentuk komunikasi apa yang cocok untuk diaplikasikan, maka tingkat kesuksesannya juga akan semakin tinggi. Berangkat dari data yang sudah diuraikan tersebut, penelitian ini akan dilakukan terhadap IT *Division* Bank ABC didasarkan pada kenyataan bahwa Bank ABC merupakan bank milik negara yang cukup besar di Indonesia dengan jumlah 150 orang staf IT *Division*, sehingga dapat dipastikan bahwa bank tersebut banyak melaksanakan proyek IT. Penyampaian komunikasi dalam proyek IT di Bank ABC menggunakan beberapa media, seperti Facebook, Twitter, *e-mail*, *website*, dan *instant messenger*.

Dengan latar belakang tersebut, diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *content* komunikasi terhadap kesuksesan proyek IT di Bank ABC?
2. Bagaimana pengaruh bentuk komunikasi terhadap kesuksesan proyek IT di Bank ABC?
3. Bagaimana pengaruh media komunikasi terhadap kesuksesan proyek IT di Bank ABC?

2. KONSEP DASAR

Proyek merupakan sebuah usaha sementara yang dilakukan untuk membuat sebuah produk, layanan, atau hasil yang unik. Yang dimaksud sementara di sini adalah proyek mempunyai waktu yang jelas kapan dimulai dan selesainya. Suatu proyek selesai ketika tujuan proyek sudah tercapai atau ketika proyek dihentikan karena tujuannya tidak akan tercapai, atau ketika kebutuhan akan suatu proyek sudah tidak lagi ada. Suatu proyek juga dapat dihentikan jika klien ingin menghentikannya. Proyek dapat juga didefinisikan sebagai sebuah usaha untuk mencapai tujuan yang spesifik melalui langkah-langkah yang saling berhubungan dan menggunakan sumber daya dengan efektif [4].

Manajemen proyek merupakan aplikasi dari pengetahuan, kemampuan, alat-alat, dan teknik ke dalam aktivitas proyek untuk memenuhi kebutuhan proyek. Manajemen komunikasi proyek merupakan proses yang dibutuhkan untuk memastikan perencanaan, pengumpulan, pembuatan, distribusi, penyimpanan, penarikan, manajemen, pengendalian, *monitor*, dan penyusunan informasi proyek berjalan secara benar dan tepat waktu. Manajer proyek menghabiskan banyak waktunya untuk berkomunikasi dengan anggota tim dan pemangku kepentingan proyek lainnya, baik internal (pada seluruh *level* organisasi) maupun eksternal organisasi. Komunikasi yang efektif akan menyediakan sebuah jembatan antara bermacam-macam pemangku kepentingan proyek yang mungkin mempunyai budaya dan latar belakang organisasi berbeda, tingkat keahlian yang berbeda, serta perspektif dan minat yang berbeda, yang nantinya akan mempengaruhi pelaksanaan dan hasil proyek. Oleh karena itu, komunikasi menyediakan komposisi yang vital untuk menentukan pengambilan keputusan dalam proyek melalui pemilihan alternatif yang efektif [5].

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Aubert dkk dan Ahdia Nazari, komunikasi mempunyai tiga komponen penting, yaitu *content*, bentuk, dan media. Atribut dari *content* komunikasi yang akan diteliti adalah *completeness*, *credibility*, *accuracy*, dan *purpose adequacy*. Atribut dari bentuk komunikasi yang akan diteliti adalah *timeliness*, *openness*, *audience adequacy*, *bidirectionality*, dan *balance of formality and informality*. Atribut dari media komunikasi yang akan diteliti adalah Facebook, Twitter, *e-mail*, *website*, dan *instant messenger*.

Tabel 1. Pengertian atribut kualitas komunikasi

<i>Content attributes</i> (atribut konten komunikasi)	
<i>Completeness</i>	<i>Information completeness</i> atau kelengkapan informasi berarti bahwa semua informasi yang perlu diketahui selalu tersedia. Komunikasi yang tidak lengkap dapat mengakibatkan ambigu dan ketidakpastian sehingga dapat mengakibatkan kesalahan serius dalam pengambilan keputusan (Aubert dkk, 2013).

Tabel 1. Pengertian atribut kualitas komunikasi (lanjutan)

Content attributes (atribut konten komunikasi)	
<i>Credibility/reliability</i>	<i>Credibility</i> merujuk pada tingkat komunikasi yang dianggap benar dan dapat dipercaya oleh penerima pesan (Aubert dkk, 2013).
<i>Accuracy</i>	<i>Accuracy</i> merujuk pada sampai dimanakah suatu informasi dianggap benar dan dapat dipercaya karena tidak bias (Aubert dkk, 2013).
<i>Purpose adequacy</i>	<i>Purpose adequacy</i> adalah sampai dimanakah informasi yang dikomunikasikan tepat, dapat diaplikasikan dan membantu menyelesaikan tugas guna mencapai tujuan yang sudah ditentukan (Aubert dkk, 2013).
Form attributes (atribut bentuk komunikasi)	
<i>Timeliness</i>	<i>Timeliness</i> merujuk pada seberapa cepat proses transfer informasi (Aubert dkk, 2013).
<i>Openness</i>	<i>Communication openness</i> berbagi informasi antar partner dan anggota tim mengenai rencana, program, ekspektasi, tujuan, motif dan kriteria evaluasi (Aubert dkk, 2013).
<i>Audience adequacy</i>	<i>Audience adequacy</i> adalah penyeimbangan komunikasi kepada anggota tim agar dapat meningkatkan pemahaman anggota tim (Aubert dkk, 2013).
<i>Bidirectionality</i>	<i>Bidirectionality</i> merujuk pada apakah kedua belah pihak menyediakan <i>feedback</i> satu sama lain dalam komunikasi (Aubert dkk, 2013).
<i>Balance of formality vs informality</i>	<i>Formality</i> merupakan tingkatan dimana komunikasi terstruktur, terencana, sesuai regulasi dan rutin dilaksanakan. Kualitas komunikasi tergantung pada keseimbangan antara komunikasi formal dan informal (Aubert dkk, 2013).

Tabel 1. Pengertian atribut kualitas komunikasi (lanjutan)

<i>Tools attributes (atribut media)</i>	
Facebook	Facebook sebagai <i>social media</i> merujuk pada program dan teknologi berbasis <i>web</i> yang menyediakan fasilitas <i>collaborative aspects</i> yang memungkinkan <i>user</i> untuk berkontribusi, membuat dan meng- <i>customize</i> dalam berbagai metode yang tidak disediakan oleh <i>software</i> lain. Facebook mempunyai sekitar 800 juta <i>user</i> dari berbagai usia dan merupakan <i>social media</i> terpopuler dengan lebih dari 70 bahasa tersedia di dalamnya (Nazari, 2012).
Twitter	Twitter merupakan <i>social networking</i> populer yang menyediakan fasilitas <i>microblogging</i> sehingga <i>user</i> dapat memposting konten secara <i>real time</i> maksimum 140 karakter. Twitter mempunyai lebih dari 250 <i>user</i> dan tersedia dalam 21 bahasa (Nazari, 2012).
<i>E-mail</i>	E-mail atau elektronik mail atau surat elektronik adalah sebuah program yang diterapkan dalam sebuah jaringan komputer (termasuk internet) yang digunakan oleh <i>user</i> untuk mengirimkan pesan dalam bentuk tulisan (ketik) atau gambar kepada <i>user</i> lain di dalam atau di luar jaringan komputer tersebut (Jurnal Infopedia, 2012).
<i>Website</i>	Website (situs web) atau bisa juga disebut Web adalah halaman yang ditampilkan di internet yang memuat informasi tertentu (khusus) (Ferdianto, 2013).

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dalam pengolahan data dan pembahasan, penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif. Rancangan penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan mengajukan pertanyaan melalui kuesioner terhadap responden. Pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner seputar atribut kualitas komunikasi yang berjalan selama pelaksanaan proyek, yang meliputi *content*, bentuk, dan media.

Populasi yang digunakan sebagai objek penelitian adalah seluruh staf IT *Division* Bank ABC. Berdasarkan data yang diperoleh, staf IT *Division* Bank ABC berjumlah 150 orang. Untuk pengambilan *sample* dengan populasi di atas 100 adalah 15%, maka dari itu 15% dari 150 orang tersebut adalah sekitar 23 orang. Namun, agar data yang dihasilkan lebih representatif, maka peneliti memutuskan untuk mengambil sebanyak 30

orang untuk dijadikan *sample* dalam penelitian.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari pihak-pihak terkait. Data primer penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan kuesioner dengan staf IT *Division* Bank ABC mengenai komunikasi yang berjalan dalam proyek IT yang sedang berjalan.

Teknik yang dilakukan untuk mendapatkan data, antara lain menggunakan metode:

- a. Studi literatur, dilakukan dengan menggunakan sumber-sumber, seperti artikel, jurnal, buku, *paper*, dan situs-situs internet. Studi literatur ini berguna untuk mengetahui landasan teori, pengetahuan, dan juga informasi mengenai manajemen komunikasi proyek.
- b. Wawancara. Pada metode wawancara, penulis melakukan wawancara kepada manajer dan menyebar kuesioner pada staf IT *Division* Bank ABC.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh *content*, bentuk, dan media komunikasi terhadap kesuksesan proyek IT di Bank ABC adalah:

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kemampuan sebuah instrumen untuk mengukur apa yang dirancang untuk diukur [6]. Dengan demikian, pengujian validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah butir-butir pernyataan di dalam kuesioner merupakan pernyataan yang seharusnya diajukan dan benar-benar dapat mengungkapkan data dari *variable* yang diteliti secara tepat.

$$r_i = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- r_i : koefisien korelasi
- X_i : jumlah skor *item*
- Y_i : jumlah skor total (seluruh *item*)
- n : jumlah responden

Rumus 1 merupakan rumus yang digunakan untuk menghitung uji validitas dengan menggunakan *pearson product moment*.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui apakah alat ukur penelitian bersifat konsisten dan stabil sehingga dapat mengukur secara akurat dan terprediksi [6]. Reliabilitas alat ukur diperlukan untuk mengetahui keakuratan dan ketepatan pengukuran yang dilakukan oleh instrumen penelitian.

$$r_{11} = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n s_i^2}{s_f^2} \right) \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

- r_{11} : koefisien korelasi
- n : jumlah skor *item*
- s_i^2 : jumlah skor total (seluruh *item*)
- s_f^2 : jumlah responden

Rumus 2 merupakan rumus yang digunakan untuk melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan Cronbach-Alpha. Suatu instrumen dikatakan terbebas dari kesalahan jika memiliki koefisien kehandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih [7].

3. Teknik analisis regresi *linear* sederhana
 Teknik analisis regresi *linear* digunakan apabila di dalam suatu persamaan terdapat satu atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat [8].

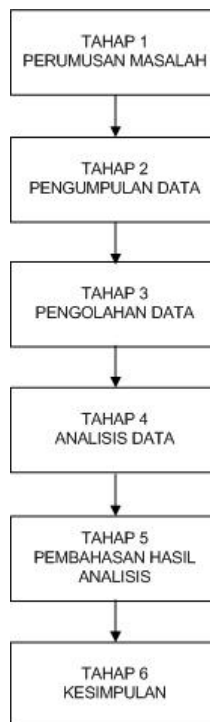
$$Y' = a + bX \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

- Y' : variabel terikat (nilai yang diprediksikan)
- X : variabel bebas
- a : konstanta (nilai Y' apabila X = 0)
- b : koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Rumus 3 merupakan rumus yang digunakan untuk melakukan analisis regresi *linear*. Metode ini berfungsi untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat sehingga dengan metode ini diharapkan dapat mengetahui analisis pengaruh *content*, bentuk, dan media komunikasi terhadap kesuksesan proyek IT di Bank ABC.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini terangkum pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Kerangka pemikiran

4. HASIL DAN ANALISIS

4.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan sebuah instrumen untuk mengukur apa yang dirancang untuk diukur [6]. Uji validitas dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang dilakukan dengan membandingkan nilai *pearson correlation* (r) hitung dan (r) tabel. Jika r hitung lebih besar dibanding r tabel dan bernilai positif, maka indikator atas pernyataan dalam penelitian ini dikatakan *valid*. Dengan signifikansi 5% dan *sample* berjumlah 30, maka nilai r tabel dalam penelitian ini adalah 0,361.

4.2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui apakah alat ukur penelitian bersifat konsisten dan stabil sehingga dapat mengukur secara akurat dan terprediksi [6]. Suatu instrumen penelitian dikatakan *reliable* jika jawaban responden atas butir-butir pernyataan yang terdapat dalam kuesioner bersifat konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Cronbach-Alpha. Suatu instrumen dikatakan terbebas dari kesalahan jika memiliki koefisien kehandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih [7].

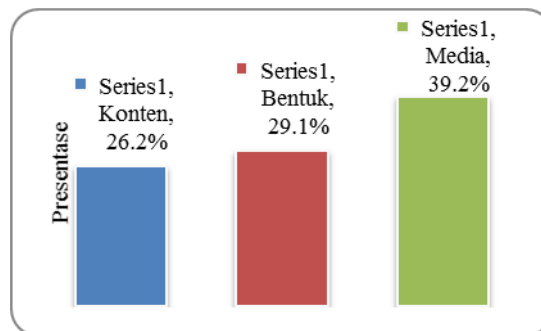
Tabel 2. Uji Reabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha
1	Content komunikasi	0,834
2	Bentuk komunikasi	0,724
3	Media komunikasi	0,923
4	Kesuksesan proyek IT	0,855

Berdasarkan Tabel 2, nilai koefisien Cronbach's Alpha dari *content* komunikasi sebesar 0,834, bentuk komunikasi sebesar 0,724, media komunikasi sebesar 0,923, dan kesuksesan proyek IT sebesar 0,855. Seluruh variabel mempunyai nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang baik karena memiliki stabilitas dan konsistensi instrumen dalam mengukur konsep.

4.3. Teknik Analisis Regresi *Linear Sederhana*

Teknik analisis regresi digunakan apabila di dalam persamaan terdapat satu atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat [8]. Metode ini digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Berdasarkan perhitungan hasil analisis regresi *linear* dengan menggunakan program SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut.



Gambar 2. Presentase pengaruh *content*, bentuk, dan media komunikasi terhadap kesuksesan proyek IT

Gambar 1 menunjukkan presentase pengaruh *content*, bentuk, dan media komunikasi terhadap kesuksesan proyek IT di Bank ABC. Variabel *content* komunikasi memiliki pengaruh positif sebesar 26,2%, variabel bentuk memiliki pengaruh positif

sebesar 29,1%, dan variabel media komunikasi mempunyai pengaruh positif sebesar 39,2% terhadap kesuksesan proyek IT di Bank ABC.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut.

1. Variabel *content* komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan proyek IT di Bank ABC sebesar 26,2%.
2. Variabel bentuk komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan proyek IT di Bank ABC sebesar 29,1%.
3. Variabel media komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan proyek IT di Bank ABC sebesar 39,2%.

REFERENSI

- [1]. Badiru, Adedeji B. (2008). *Triple C Model of Project Management—Communication, Cooperation and Coordination*. Boca Raton: CRC Press.
- [2]. Schwalbe, Kathy. (2011). *Managing Information Technology Projects*. Stamford: Cengage Learning.
- [3]. Ramsing, Line. "Project communication in a strategic internal perspective," *Emerald Insight*, vol. 14, pp. 345-357, 2009.
- [4]. Clements, James P., Gido, Jack. (2012). *Effective Project Management*. Stamford: Cengage Learning.
- [5]. Mnkandla, Ernest. "A review of Communication Tools and Techniques for Successful ICT Projects," *The African Journal of Information Systems*, vol. 6, pp. 1-8, 2013.
- [6]. Kumar, R. (2005). *Research Methodology*. London: Seage Publication Ltd.
- [7]. Malhotra, N. K. (2007). *Marketing Research: An Applied Orientation, 5th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [8]. Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach, 2nd Edition*. New York: John Wiley and Son.