

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Skala Likert.....	12
Tabel 2. Hasil Uji Validitas.....	18
Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas.....	18
Tabel 4. Hasil Uji t <i>service quality</i>	19
Tabel 5. Hasil Uji t <i>interactivity</i>	20
Tabel 6. Hasil Uji t <i>trust</i>	21
Tabel 7. Hasil Uji t <i>IT development</i>	23

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi merupakan salah satu bagian elemen yang sangat berperan dalam aktivitas sehari-hari. Salah satu dampak dari penggunaan teknologi pada masyarakat modern yaitu pengolahan data dengan cepat. Digitalisasi dapat memungkinkan untuk mengubah segala sesuatu menjadi bentuk yang dapat disimpan pada berbagai media digital, namun tidak hanya itu segala sesuatu yang digitalisasi dapat di transfer ke berbagai tempat diseluruh dunia hanya dalam waktu singkat tanpa mengenal waktu dan tempat melalui jaringan telekomunikasi berupa internet [1].

Sistem informasi merupakan hal yang penting, karena dengan adanya sistem tersebut sehingga dapat mempermudah proses dokumentasi dan informasi [2]. Perkembangan teknologi informasi dan informatika (TIK) juga mengakibatkan transformasi masyarakat dalam berinteraksi dan berkolaborasi secara online. Social media merupakan salah satu teknologi web 2.0 pertama yang digunakan sebagai bentuk partisipasi dan keterlibatan masyarakat secara online [3]. Buruan SAE adalah sebuah program yang dibuat oleh Dinas Pangan dan Pertanian (DKPP) Kota Bandung yang dimana tujuan utama dari program ini adalah untuk mengatasi ketimpangan pangan yang ada di Kota Bandung [4].

Web 2.0 memberikan manfaat untuk berkolaborasi sehingga memungkinkan untuk penyebaran informasi lebih efisien. Hubungan antara penyedia layanan dengan pengguna dan kepuasan pengguna merupakan hal yang sangat penting, kegagalan dalam mengelola hubungan tersebut akan menciptakan ketidakpuasan kepada pengguna sehingga menyebabkan ketidakpercayaan pengguna terhadap layanan yang telah dibangun. Dengan demikian, kepuasan pengguna merupakan kenyamanan yang dihasilkan dari evaluasi antara kualitas dan harapan yang terpenuhi dari sebuah produk atau layanan [5]. Tingkat kepuasan pengguna yang menggunakan *website* e-buruan SAE menjadi acuan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dan dapat mengetahui tingkat adopsi penggunaan *website* e-buruan SAE pada pegawai Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota

Bandung. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna *website* e-Buruan SAE yaitu *Ease of Use, Service Quality, Interactivity, Trust*, dan *IT Development*. Perhitungan analisis statistik yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode regresi linier sederhana. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur, serta mengkaji mengenai kepuasan pengguna terhadap layanan *website* e-buruan SAE pada Dinas Pangan dan Pertanian di Kota Bandung menggunakan *customer satisfaction in web 2.0 model*.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan rumusan masalahnya adalah :

1. Melakukan analisis seberapa besar tingkat adopsi layanan dan kepuasan pengguna *website* e-buruan SAE sebagai sistem informasi pada pegawai Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bandung?
2. Menganalisis apakah variabel *Ease of Use, Service Quality, Interactivity, Trust, IT Development* secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *website* e-Buruan SAE?

1.3 Tujuan

Berikut merupakan tujuan dari penelitian yang disusun ini, antara lain :

1. Untuk mengukur seberapa besar tingkat kepuasan pengguna *website* e-buruan SAE sebagai sistem informasi pada pegawai Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bandung.
2. Menganalisa dan mengukur pengaruh variabel *Ease of Use, Service Quality, Interactivity, Trust, IT Development* secara positif dan signifikan pada *website* e-Buruan SAE terhadap kepuasan pengguna.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Studi Literatur

Dalam penulisan tugas akhir ini, peneliti mengambil beberapa referensi penelitian yang berkaitan dengan latar belakang tugas akhir ini. Penelitian terkait yang berhubungan dengan penelitian ini antara lain:

Pada tahun 2018, Atnan dan Ilfandy [6] melakukan penelitian yang membahas tentang tingkat partisipasi warga di Kota Bandung dalam menggunakan media LAPOR. Dalam penelitian tersebut, LAPOR merupakan media yang digunakan untuk mendorong partisipasi publik terhadap pembangunan khususnya di Kota Bandung, dimana terdapat banyaknya masyarakat Kota Bandung yang belum mengetahui aplikasi LAPOR tersebut. Bagi masyarakat yang menggunakan aplikasi LAPOR, penggunaan aplikasi tersebut dilandasi oleh faktor kemudahan penggunaannya bukan karena manfaat dari aplikasi LAPOR.

Pada tahun 2019, penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Firmansyah [7] dalam penelitian yang membahas tentang kepuasan warga Kota Bandung dalam penggunaan website pajak online menggunakan model kesuksesan sistem informasi DeLone dan McLean, model penerimaan UTAUT, dan model kesesuaian HOT Fit dengan modifikasi. Dari penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengguna yang menggunakan website pajak online sebagai media informasi merasa puas terhadap kualitas informasi, kualitas layanan, dan kualitas sistem.

Pada tahun 2020, penelitian yang dilakukan oleh Novita dan Helena [8] yakni analisis kepuasan pengguna aplikasi traveloka untuk mengukur pengguna aplikasi merasa puas saat menggunakannya. Metode yang digunakan pada penelitian tersebut adalah TAM dan EUCS. Hasil analisis yang menggunakan metode TAM menunjukkan semua hipotesis yang diajukan diterima, sehingga dapat diketahui hal tersebut menyatakan bahwa pengguna puas dengan aplikasi traveloka. Sedangkan hasil analisis yang menggunakan metode EUCS menunjukkan bahwa dari 5 hipotesis yang diajukan, hanya 3 hipotesis yang

diterima. Hal ini menunjukkan dari 10 hipotesis yang diuji, 80% disimpulkan bahwa Traveloka memenuhi kepuasan pengguna [8].

Pada tahun 2021, penelitian yang dilakukan oleh Suryono [9] yaitu menganalisa hubungan kualitas website terhadap niat dan kepercayaan untuk menggunakan sistem informasi ketenagakerjaan (sisnaker). Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode SEM (*Structural Equation Model*). Hasil yang didapatkan yaitu kualitas website memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna. Kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap niat pengguna dalam menggunakan layanan [9].

Pada tahun 2021, Hadisuwarno dan Bisma [10] melakukan penelitian yang membahas tentang penerimaan pengguna aplikasi E-Kinerja terhadap kinerja kepolisian. Dalam penelitian tersebut variabel Intention to Use dari model TRAM (Technology Readiness Acceptance Model) berpengaruh positif terhadap variabel User Satisfaction dari model EUCS (End User Computing Satisfaction). Hasil akhir penelitian tersebut menyatakan penerimaan dan kepuasan pengguna menggunakan aplikasi E-Kinerja [10].

2.2 Tinjauan Pustaka

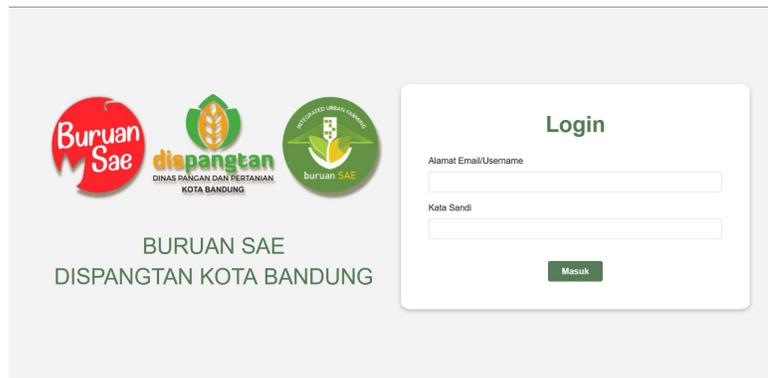
2.2.1 Website

Website merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi komunikasi dan publikasi yang sudah banyak digunakan saat ini. Selain fleksibel, mudah digunakan, dan biaya yang murah, *website* juga memiliki jangkauan yang luas sehingga *website* menjadi populer sampai saat ini [11]. Selain dapat digunakan sebagai sarana komunikasi, *website* juga dapat digunakan pada berbagai aspek seperti pada bidang pendidikan, kesehatan, *e-commers*, organisasi, bahkan pemerintahan. Karena keandalannya sehingga kepuasan pengguna perlu menjadi perhatian dari penyedia layanan *website*.

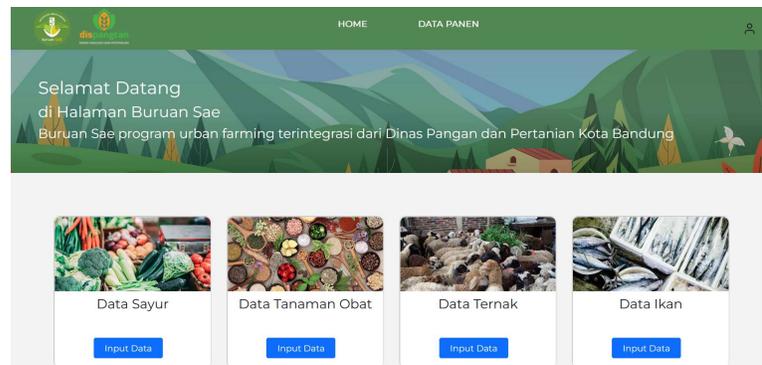
2.2.2 Website e-Buruan SAE

Sistem informasi merupakan interaksi antara teknologi informasi dan manusia yang menggunakan teknologi untuk mendukung operasi dan manajemen . Layanan *website* e-buruan SAE merupakan sebuah sistem informasi yang

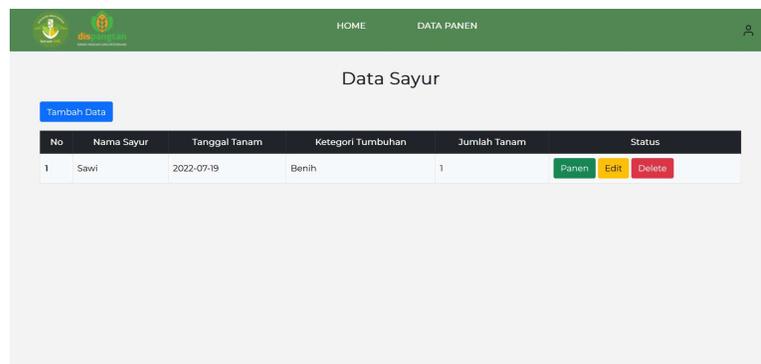
memanfaatkan perangkat elektronik seperti handphone atau komputer yang terhubung dengan internet untuk dapat mengakses *website*. Buruan SAE adalah sebuah program dari DKPP yang memiliki tujuan untuk mengatasi ketimpangan pangan yang ada di Kota Bandung. Buruan SAE memiliki *website* yang memudahkan untuk melakukan pendataan terhadap persediaan pangan oleh pegawai Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bandung [4]. Berikut untuk tampilan dari *website* e-buruan SAE :



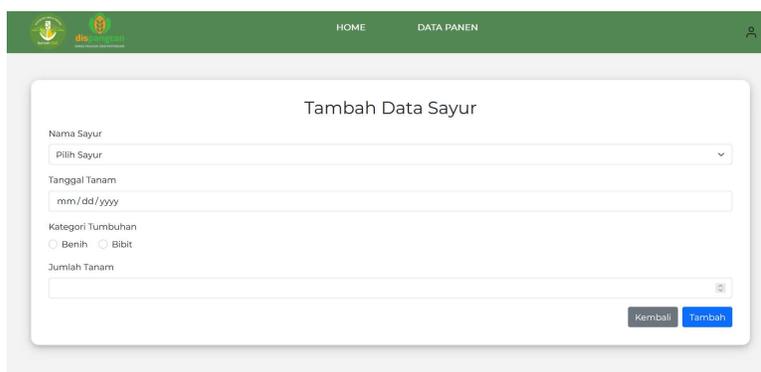
Gambar 1. Tampilan halaman login



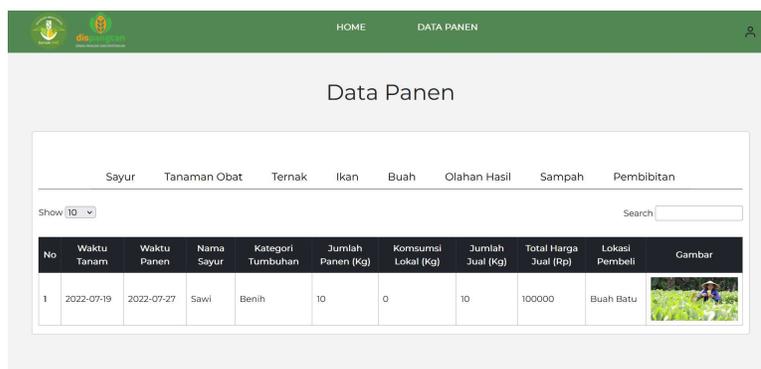
Gambar 2. Tampilan halaman home



Gambar 3. Tampilan data sayur



Gambar 4. Tampilan halaman tambah data

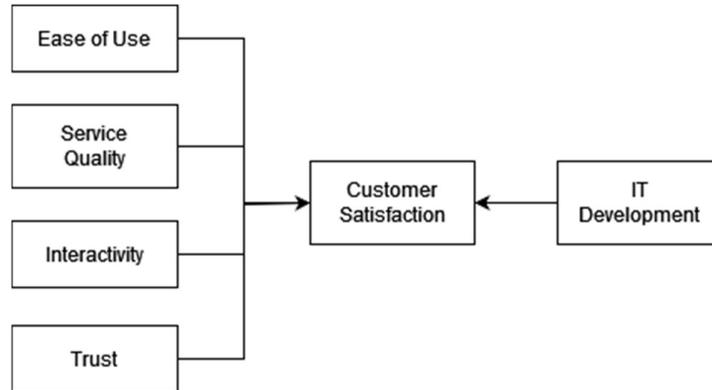


Gambar 5. Halaman data Panen

2.2.3 Customer Satisfaction in Web 2.0 Model

Customer satisfaction in web 2.0 model merupakan suatu model penelitian merupakan model yang dikembangkan oleh Sharma dan Baoku pada penelitiannya pada tahun 2013 yang berjudul *Customer Satisfaction in Web 2.0 and Information Technology Development* [5]. Model tersebut digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan penerimaan suatu teknologi berupa layanan berbasis *website* 2.0.

Teknologi komunikasi berbasis web 2.0 masih populer dan sering digunakan misalnya facebook, twitter, blog, dan e-buruan SAE merupakan salah satu *website* 2.0.



Gambar 6. *Customer Satisfaction in Web 2.0 Model* (Gajendra dan Baoku)

Customer satisfaction in web 2.0 model memiliki 2 bagian atau blok. Pada blok pertama merupakan faktor yang berkaitan sebagai *motivating factor* atau faktor pendorong bagi pengguna untuk menggunakan web 2.0. Pada model *customer satisfaction in web 2.0* diatas terdapat lima variabel *dependent* antara lain yaitu *ease of use*, *service quality*, *interactivity*, *trust* dan *IT Development* sedangkan *customer satisfaction* merupakan variabel *independent*. Setiap variabel memiliki persepsi sebagai berikut :

a. *Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan)

Kemudahan penggunaan merupakan hal yang sangat berpengaruh pada kesenangan pengguna. Konsep *website* yang mudah dipahami dan digunakan dapat memenuhi ekspektasi dan tujuan pengguna dalam mengunjungi *website* [5]. *Ease of use* digunakan untuk mengetahui kemudahan suatu aplikasi untuk dipelajari dan digunakan secara efektif [12].

H1 : *Ease of use* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna.

b. *Service Quality* (Kualitas Layanan)

Situs *website* dengan antarmuka yang dapat diterima secara visual sering kali menghasilkan kualitas layanan yang lebih baik dan dapat mempengaruhi pengguna yang kemudian menghasilkan hubungan yang terjalin hubungan dalam jangka panjang dan secara tidak langsung memberikan kepuasan pelanggan. Kepuasan pengguna juga terbentuk dari kualitas informasi yang disajikan [13].

Terdapat 2 faktor yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu: ekspektasi dan realita. Jika layanan melebihi ekspektasi dan harapan pengguna, maka kualitas layanan tersebut dapat dikategorikan sebagai layanan yang memiliki kualitas yang ideal. Namun sebaliknya jika layanan tidak sesuai dengan ekspektasi dan harapan pengguna, maka kualitas layanan dapat dikategorikan sebagai layanan yang memiliki kualitas yang buruk [14].

H2 : *Service quality* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna.

c. *Interactivity* (Interaktivitas)

Interaktivitas adalah komunikasi antara pengguna dan teknologi. Interaktivitas pada situs web berfokus pada pengalaman pengguna, jika setiap fitur yang tersedia pada web secara keseluruhan dapat digunakan dan dikontrol dengan baik oleh pengguna, maka secara tidak langsung akan membuat nuansa seperti pada saat melakukan interaksi secara *real*. Penerapan teknologi interaktif kedalam web berguna untuk menyediakan antarmuka yang mudah bagi pengguna, sehingga pengguna dapat dengan mudah mencari, menelusuri dan mengevaluasi produk dan layanan yang disediakan [15]. Selain itu dapat memberikan persepsi kepada pengguna bahwa mereka memiliki kendali atas layanan yang ada pada web tersebut [16].

H3 : *Intercativity* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna.

d. *Trust* (Kepercayaan)

Kepercayaan merupakan landasan keberhasilan dari hubungan. Apabila terdapat rasa tidak percaya pada suatu hubungan, maka hubungan tersebut tidak akan bertahan lama khususnya pada pemasaran jasa [17]. Kepercayaan akan menghasilkan keyakinan sehingga memiliki integritas, prediktabilitas, kebijakan dan kompetensi [18]. Sehingga kepercayaan merupakan komponen paling penting dalam layanan yang berbasis teknologi dan salah satu tujuan utamanya adalah untuk melindungi informasi pribadi. Kepuasan pengguna secara langsung berhubungan langsung dengan kepercayaan, jika layanan dapat diandalkan kepercayaannya maka pengguna dapat menggunakan layanan secara berulang.

H4 : *Trust* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna.

e. *IT Development* (Pengembangan Teknologi Informasi)

Perkembangan teknologi informasi sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan, hal ini terjadi karena kelayakan suatu sistem bukan hanya dilihat dari kecanggihannya tapi sejauh mana pengguna menerima dan memahami penggunaan dari layanan tersebut [19]. Tercapainya efisiensi dan efektifitas kerja dari layanan yang diimplementasikan pada akhirnya akan mengarah pada kepuasan pengguna.

H5 : *IT Development* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna.

f. *Customer Satisfaction* (Kepuasan Pengguna)

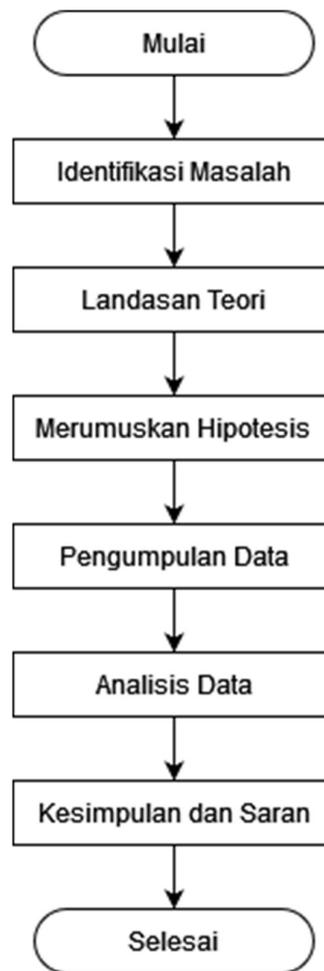
Kepuasan pengguna merupakan sikap yang ditunjukkan oleh pengguna yang merasa puas dan percaya kepada layanan yang digunakan telah memenuhi kebutuhan informasi dan lingkungannya [5].

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tahapan Penelitian

Tahapan atau urutan penelitian digunakan untuk mengimplementasikan tujuan dari penelitian sehingga proses pengerjaan menjadi terstruktur. Berikut flowchart metode penelitian yang digunakan:



Gambar 7. Flowchart Metode Penelitian

Dalam proses identifikasi masalah dan penyusunan rumusan masalah mengenai analisis adopsi layanan *website* e-buruan SAE menggunakan model *customer satisfaction in web 2.0* untuk mengetahui tingkat adopsi dan kepuasan pengguna menggunakan *website* e-buruan SAE sebagai sarana informasi.