

Evaluasi Kesuksesan *Website* PT Yogyakarta Mega Grafika Saat COVID-19 Menggunakan Model DeLone-McLean

Affiah Rismayanti, Evi Maria*, Hanna Prillysca Chernovita

^{1,2}Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana
Jl. Dr. O. Notohamidjodjo Blotongan, Sidorejo, Kota Salatiga, Jawa Tengah, Indonesia

*e-mail: evi.maria@uksw.edu

(received: 11 Juni 2021, revised: 25 Juli 2021, accepted: 5 September 2021)

Abstrak

PT Yogyakarta Mega Grafika adalah Usaha Mikro Kecil Menengah di bidang percetakan yang sudah menggunakan *website* untuk memasarkan produk dan jasanya. PT Yogyakarta Mega Grafika belum pernah melakukan evaluasi untuk mengukur kesuksesan penggunaan *website* saat COVID-19, karena penilaian kesuksesan sistem informasi tidak bisa dilakukan secara langsung. Tujuan riset ini adalah untuk melakukan evaluasi kesuksesan penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika saat pandemi COVID-19 menggunakan model DeLone-McLean. Model ini telah terbukti secara empiris dapat digunakan untuk menilai kesuksesan sistem informasi. Sampel riset ini adalah pengguna *website* PT Yogyakarta Mega Grafika saat pandemi, dengan total sampel sebanyak 66 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang diukur menggunakan skala *likert*. Data dianalisis menggunakan analisis korelasi *Pearson Product Moment*. Hasil riset menemukan bukti empiris bahwa penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika sukses berperan dalam meningkatkan kinerja perusahaan saat pandemi. Temuan ini juga kokoh dalam analisis tambahan dengan menghitung bobot rata-rata item pengukuran dibagi dengan nilai skala *likert*. Hasil riset menemukan bahwa bobot rata-rata item pengukuran sebesar 4,13 dan hasil persentase kesuksesan adalah 82,6 persen. Ini artinya *website* PT. Yogyakarta Mega Grafika dinyatakan sangat sukses digunakan meningkatkan kinerja perusahaan saat pandemi COVID-19.

Kata kunci: Model DeLone-McLean, evaluasi kesuksesan *website*, COVID-19.

Abstract

PT Yogyakarta Mega Grafika is a Micro, Small and Medium Enterprises in the printing sector that has used the website to market its products and services. PT Yogyakarta Mega Grafika has never conducted an evaluation to measure the success rate of using the website during COVID-19, because the success of the information system cannot be assessed directly. The purpose of this research is to evaluate the success of using the website at PT Yogyakarta Mega Grafika during the COVID-19 pandemic using the DeLone-McLean models. This model has been empirically proven to be used to assess the success of information systems. The sample of this research is users of the PT Yogyakarta Mega Grafika website during the pandemic, with a total sample of 66 respondents. Data were collected using a questionnaire which was measured using a scale Likert. Data were analyzed using correlation analysis Pearson Product Moment. The results of the research found empirical evidence that the use of the website at PT Yogyakarta Mega Grafika successfully played a role in improving company performance during the pandemic. This finding is also robust in the additional analysis by calculating the average weight of the measurement items divided by the scale value Likert. The results of the research found that the average weight of the measurement items was 4.13 and the percentage of success was 82.6 percent. This means that the website of PT. Yogyakarta Mega Grafika was declared very successful in being used to improve company performance during the COVID-19 pandemic.

Keywords: DeLone-McLean Models, success evaluation website, COVID-19

1 Pendahuluan

Pemberlakuan kebijakan pembatasan sosial dalam upaya pencegahan penyebaran virus corona di Indonesia, membawa dampak pada turunnya aktivitas ekonomi dan perdagangan. Akibatnya, pertumbuhan ekonomi Indonesia Triwulan II 2020 mengalami kontraksi sebesar -5,32 persen dan membawa Indonesia pada zona krisis. Pembatasan sosial dilakukan dengan cara mengurangi frekuensi interaksi langsung antara penjual dan pembeli di pasar. Padahal sebagian besar Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia masih mengandalkan toko fisik dan metode penjualan secara langsung. Saat pandemi COVID-19, UMKM mengalami penurunan kinerja. Hasil survei Pusat Penelitian Ekonomi LIPI [1] menemukan secara umum, pandemi COVID-19 menyebabkan penurunan keuntungan usaha lebih besar dari 75 persen. Ini karena biaya produksi cenderung meningkat sedangkan penjualan usaha mengalami penurunan tajam. Kondisi ini membuat UMKM tidak lagi bisa menjadi sektor andalan untuk menopang pertumbuhan ekonomi di Indonesia, seperti saat krisis ekonomi pada periode-periode sebelumnya, yaitu tahun 1997-1998 dan tahun 2008-2009 [2].

Menariknya, hasil survei Pusat Penelitian Ekonomi LIPI [1] menemukan bahwa penurunan keuntungan usaha lebih dari 75 persen dialami terbanyak oleh UMKM yang masih menggunakan metode penjualan secara langsung daripada UMKM yang melakukan penjualan secara *online* dan/atau UMKM yang menggunakan metode gabungan, yaitu penjualan secara langsung dan *online*. Ini artinya, UMKM yang sudah mentransformasi bisnisnya dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), khususnya dalam bidang pemasaran adalah UMKM yang dapat bertahan saat pandemi ini. *Less contact economics*, yaitu pola ekonomi yang minim tatap muka dengan memanfaatkan TIK dalam bisnis, adalah bentuk kenormalan baru di saat pandemi. Proses transformasi bisnis dari metode konvensional ke basis digital dilakukan secara menyeluruh pada seluruh proses bisnis organisasi, sehingga UMKM dapat kembali bangkit dan menggerakkan perekonomian nasional [3].

PT Yogyakarta Mega Grafika adalah salah satu UMKM sektor industri kreatif bidang percetakan yang sudah mengimplementasikan TIK dalam proses bisnis serta pemasarannya. PT Yogyakarta Mega Grafika memiliki *website* perusahaan yang digunakan sebagai media atau sarana komunikasi dengan pelanggan. *Website* PT Yogyakarta Mega Grafika dapat diakses di www.yogyakarta.com. Melalui *website* tersebut pelanggan dapat melihat produk yang ditawarkan, produk terbaru, informasi terkait cara pemesanan, jam buka, layanan serta pengiriman dan juga dapat menghubungi *customer service* untuk menanyakan terkait produk atau juga bisa melakukan pemesanan produk. Namun, apakah penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika memiliki pengaruh pada peningkatan kinerja perusahaan khususnya pada saat pandemi COVID-19 ini, masih merupakan pertanyaan riset yang belum terjawab. PT Yogyakarta Mega Grafika belum pernah melakukan evaluasi kesuksesan penggunaan *website*. Kondisi ini membuat riset untuk mengevaluasi kesuksesan penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika saat pandemi menjadi menarik dilakukan.

Penilaian kesuksesan implementasi sistem informasi yang efektif, sulit dilakukan secara langsung [4]. Kondisi ini mendorong riset terdahulu tentang pengembangan model untuk menilai kesuksesan banyak dilakukan [5][6][7][8]. Namun, model kesuksesan sistem informasi DeLone-McLean mendapat perhatian lebih ketika peneliti mencari dukungan empiris untuk menjelaskan kesuksesan penggunaan sistem informasi baik itu di pemerintah daerah, seperti riset [9][10][11] maupun di perusahaan, seperti riset [12][13][14][15]. Riset-riset terdahulu tersebut telah menemukan bukti empiris bahwa model DeLone-McLean dapat digunakan untuk mengukur kesuksesan sistem informasi. Ini artinya model DeLone-McLean dapat digunakan oleh PT Yogyakarta Mega Grafika ketika akan mengevaluasi kesuksesan penggunaan *website* perusahaan saat pandemi COVID-19. Ada lima indikator untuk mengukur kesuksesan sistem informasi menurut model DeLone-McLean, antara lain kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan penggunaan dan kebermanfaatan sistem [6]. Oleh sebab itu, riset ini akan mencoba mengevaluasi kesuksesan penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika saat COVID-19 menggunakan model DeLone-McLean. Tujuannya, agar ditemukan bukti empiris hubungan antara penggunaan *website* dengan kinerja PT Yogyakarta Mega Grafika saat pandemi COVID-19.

2 Tinjauan Literatur

Model DeLone-McLean awal dikembangkan tahun 1992. Model ini mengidentifikasi kesuksesan sistem informasi dapat diukur dari keberhasilan teknis, yaitu kualitas sistem, keberhasilan semantik, yaitu kualitas informasi dan penggunaan sistem, sedangkan keberhasilan efektivitas diukur dengan kepuasan pengguna, dampak individu dan dampak organisasi. Model ini kemudian diperbarui tahun 2003, kualitas sistem informasi memiliki tiga dimensi utama, yaitu kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan. Masing-masing dimensi harus diukur atau dikontrol secara terpisah, karena secara tunggal atau bersama-sama akan mempengaruhi keinginan untuk menggunakan dan kepuasan pengguna. Sedangkan, variabel dampak individu dan organisasi berubah menjadi manfaat bersih (*net benefit*) [6].

Model DeLone-McLean sudah digunakan oleh beberapa riset terdahulu untuk mengukur kesuksesan penggunaan sistem informasi baik di pemerintah daerah maupun di perusahaan. Riset [9] dan [10] telah menemukan bukti bahwa model DeLone-McLean dapat digunakan untuk mengukur kesuksesan implementasi *e-government* di pemerintah Kabupaten Grobogan dan Kota Pekalongan. Riset [11] menemukan bahwa tingkat penerapan *e-Government* LAPOR sebesar 73,4 persen, artinya aplikasi LAPOR sukses digunakan. Riset [12] menemukan implementasi sistem informasi absensi *online* di STIKOM Bali masih masuk dalam kategori cukup baik. Ini karena hasil evaluasi menemukan bahwa kualitas sistem dan kualitas layanan tidak terbukti berpengaruh pada penggunaan sistem absensi *online*. Riset [13] menemukan bahwa kualitas sistem, informasi dan layanan berpengaruh pada kepuasan pengguna layanan *mobile banking*. Riset [14] menemukan bahwa kualitas sistem dan kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja kesuksesan penggunaan sistem informasi *smart prodi*, sehingga penggunaannya memberikan manfaat bersih bagi prodi. Riset [15] menemukan bahwa kualitas sistem, informasi, layanan, kepuasan pelanggan dan net benefit dari sistem informasi kesehatan, yaitu www.homedika.com masuk dalam kategori tinggi, sedangkan penggunaan sistem masih dalam kategori cukup.

Riset [16] menemukan bahwa tiga faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pengguna pada sistem informasi yaitu kualitas informasi, kualitas sistem, dan kebermanfaatan sistem berdasarkan sudut pandang pengguna *e-learning* pada salah satu perguruan tinggi di Bandung. Riset [17] menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan *e-billing* terhadap manfaat yang diterima berdasarkan penggunaan sistem *e-billing* yang intensif di Kota Semarang, namun tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wajib pajak belum dapat merepresentasikan manfaat dari pengaruh kualitas sistem, kualitas sistem, dan kualitas layanan atas penggunaan sistem *e-billing* dan menurut badan wajib pajak di kota semarang manfaat dari kualitas sistem dan layanan yang disajikan sistem *e-billing* dianggap kurang baik. Riset [18] menemukan bahwa dalam relasi antara kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap manfaat bersih terdapat variabel intervening yang merupakan kepuasan pengguna akan tetapi dalam relasi antara kualitas sistem terhadap manfaat bersih tidak terdapat variabel intervening yang ditujukan untuk kepuasan pengguna pada sistem *e-faktur* pada KPP Pratama Metro.

Perbedaan riset ini dengan riset sebelumnya terletak pada bidang yang dievaluasi. Riset ini melakukan evaluasi pada UMKM sektor kreatif Indonesia di bidang percetakan. PT Yogyakarta Mega Grafika belum pernah melakukan evaluasi keefektifan penggunaan website dan kinerja perusahaan khususnya saat pandemi COVID-19. Riset sebelumnya meneliti pada saat kondisi normal, sedangkan riset saat ini pada saat pandemi. Riset ini memiliki dua kontribusi. Pertama, berkontribusi bagi pengembangan ilmu di bidang sistem informasi karena menyediakan bukti empiris hubungan antara penggunaan *website* dengan kinerja organisasi khususnya pada saat kondisi pandemi COVID-19 yang melanda di Indonesia. Kedua, bagi perusahaan karena hasil riset memberikan informasi keefektifan penggunaan *website* saat pandemi dan hubungannya dengan kinerja organisasi. Hasil riset ini juga memberikan informasi kepada perusahaan tentang pentingnya penerapan sistem informasi saat pandemi COVID-19 bagi perusahaan, sehingga sistem informasi perlu dilakukan pengelolaan dengan baik.

3 Metode Penelitian

Riset ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif memiliki sifat yang dapat diklasifikasikan, teramati, konkrit serta terukur [19]. Metode ini dipilih karena riset ini bertujuan untuk menunjukkan hubungan antar variabel, mencari generalisasi yang mempunyai nilai prediktif, dan menguji sebuah teori, serta instrumen yang digunakan berupa wawancara dan kuesioner dengan data-data berupa angka dan diolah menggunakan statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung *website* PT Yogyakarta Mega Grafika. Sampel riset ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria, pengunjung *website* PT Yogyakarta Mega Grafika harus mengisi seluruh item dalam kuesioner dengan lengkap. Total sampel riset ini ada 66 responden dengan jangka waktu pengumpulan mulai dari 1 Maret–6 Mei 2021. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner *online* yang disebarluaskan melalui *google form* kepada seluruh pengguna *website*.

Variabel Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel riset ini, antara lain kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, kepuasan pengguna dan manfaat bersih. Variabel-variabel tersebut, tidak dapat diukur secara langsung, sehingga butuh indikator untuk mengukurnya [6]. Riset ini menggunakan indikator yang dikembangkan dalam riset [6]. Pertanyaan setiap indikator dalam kuesioner diadaptasi dari riset [6], [10] dan [20]. Riset ini menggunakan skala *likert 5*, yaitu skor 1 untuk sangat tidak setuju (STS), skor 2 untuk tidak (TS) setuju, skor 3 untuk netral (N), skor 4 untuk setuju (S) dan skor 5 untuk sangat setuju (SS). Operasionalisasi variabel riset ini disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Riset

VARIABEL	INDIKATOR	PERTANYAAN
Kualitas Sistem (KS)	KS1 Kemampuan adaptasi	1. <i>Website</i> dapat diakses melalui perangkat dan <i>platform</i> yang beragam, seperti <i>Google Chrome, Mozilla Firefox, IE, Smartphone, Laptop, dll.</i>
	KS2 Ketersediaan	2. <i>Website</i> dapat menyajikan informasi mengenai perusahaan dan produk sesuai data yang sebenarnya.
	KS3 Keandalan	3. <i>Website</i> dapat diandalkan (dipercaya) dalam memberikan informasi mengenai perusahaan dan produk.
	KS4 Waktu respon	4. <i>Website</i> dapat dengan cepat menampilkan informasi mengenai perusahaan dan produk.
	KS5 Kegunaan	5. Pengunjung dapat menggunakan <i>website</i> dalam mencari kebutuhan terkait mengenai perusahaan dan produk.
Kualitas Informasi (KI)	KI1 Kelengkapan	6. Pengguna <i>website</i> dapat memperoleh data mengenai perusahaan dan produk yang lengkap.
	KI2 Mudah dipahami	7. Informasi yang ditampilkan merupakan data mengenai perusahaan dan produk yang mudah dipahami.
	KI3 Personalisasi	8. Tampilan dari informasi mengenai perusahaan dan produk yang disajikan menarik untuk dilihat.
	KI 4 Relevansi	9. Informasi yang ada merupakan data mengenai perusahaan dan produk yang saling berkaitan.
	KI 5 Keamanan	10. Informasi mengenai perusahaan dan produk yang diberikan terjamin keamanannya.
Kualitas Layanan (KL)	KL1 Jaminan	11. Saya mendapat solusi terhadap permasalahan mengenai perusahaan dan produk pada saat mengakses <i>website</i> .
	KL2 Empati	12. Saya merasa terbantu terhadap kemudahan saat mengakses data mengenai perusahaan dan produk.
	KL3 Daya tanggap	13. Respon layanan <i>website</i> cepat tanggap dalam memberi bantuan mengenai perusahaan dan produk.
Penggunaan (P)	P1 Sifat penggunaan	14. Saya menggunakan fungsi yang ada pada <i>website</i> untuk mencapai tujuan mengenai perusahaan dan produk, seperti layanan <i>chat customer service</i> .
	P2 Pola navigasi	15. Saya menggunakan fungsi yang ada pada <i>website</i> sesuai

		dengan alur mengenai perusahaan dan produk, seperti fitur pencarian.
	P3 Jumlah kunjungan	16. Dalam kurun waktu sebulan dapat melakukan kunjungan <i>website</i> lebih dari 4 kali.
	P4 Jumlah transaksi yang dilakukan	17. Dalam kurun waktu sebulan dapat melakukan pemesanan produk lebih dari 4 kali.
Kepuasan Pengguna (KP)	KP1 Pembelian berulang	18. Saya merasa puas dengan informasi mengenai perusahaan dan produk pada <i>website</i> sehingga mendorong melakukan pembelian kembali.
	KP2 Kunjungan berulang	19. Saya merasa puas terhadap informasi yang disajikan pada <i>website</i> sehingga terdorong melakukan kunjungan kembali.
	KP3 Survei pengguna	20. Saya merasa perlu adanya fitur pada <i>website</i> untuk memberikan peninjauan terhadap produk yang ada, seperti rating dan ulasan.
Manfaat Bersih (MB)	MB1 Hemat biaya	21. <i>Website</i> dapat mengurangi pengeluaran pengguna, seperti biaya transportasi untuk ke <i>outlet</i> .
	MB2 Perluasan pasar	22. <i>Website</i> dapat memperluas pemasaran, pembelian produk tanpa datang ke <i>outlet</i> .
	MB3 Penjualan tambahan inkremental	23. Dengan adanya <i>website</i> , perusahaan dan penjualan produk memiliki nilai tambah.
	MB4 Pengurangan biaya pencarian produk	24. <i>Website</i> membuat proses pencarian produk menjadi lebih efektif, seperti informasi produk tanpa datang ke <i>outlet</i> .
	MB5 Hemat waktu	25. <i>Website</i> mempercepat dalam pencarian mengenai perusahaan maupun produk yang dibutuhkan.

Langkah Penyusunan Hipotesis

Kualitas sistem (KS) merupakan performa dari sistem, fokus pada kualitas sistem dalam menyediakan kebutuhan informasi bagi pengguna. Kualitas sistem merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, kebijakan, dan prosedur dari sistem informasi yang ada [9]. Kualitas sistem dinilai dari kegunaan, ketersediaan, keandalan, kemampuan beradaptasi serta waktu responnya [6]. Jika kualitas sistem mempengaruhi kepuasan pengguna maka pengguna akan melakukan pembelian produk atau transaksi lainnya melalui *website* perusahaan, sedangkan jika mempengaruhi penggunaan maka pengguna akan menggunakan fungsi yang ada seperti fitur-fiturnya dan akan kembali mengunjungi *website* perusahaan. Dalam rangka menguji hubungan kualitas sistem dan kepuasan serta penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika, maka hipotesis pertama riset ini dinyatakan sebagai berikut.

- H_{1a}. Kualitas sistem akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna *website*
H_{1b}. Kualitas sistem akan berpengaruh positif terhadap penggunaan *website*

Kualitas informasi (KI) merupakan aspek dari tingkat baik buruknya nilai sebuah informasi, yang memiliki beberapa aspek seperti hasil pemrosesan sistem informasi, nilai, manfaat, kebutuhan serta kaitan atas informasi yang dihasilkan [9]. Kualitas informasi dinilai dari isi konten yang memiliki personalisasi atau tampilan yang mudah dipahami, lengkap, aman dan saling berkaitan antar informasi [6]. Jika kualitas informasi mempengaruhi kepuasan pengguna maka pengguna akan melakukan transaksi karena tertarik dengan konten informasi yang ditampilkan di *website* perusahaan, sedangkan jika mempengaruhi penggunaan maka pengguna akan kembali mengunjungi *website* perusahaan dan menggunakan fungsi yang ada seperti fitur-fiturnya. Dalam rangka menguji hubungan kualitas informasi dan kepuasan serta penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika, maka hipotesis kedua riset ini dinyatakan sebagai berikut.

- H_{2a}. Kualitas informasi akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna *website*.
H_{2b}. Kualitas informasi akan berpengaruh positif terhadap penggunaan *website*.

Kualitas layanan (KL) merupakan usaha untuk mewujudkan akurasi dalam penyampaian layanan informasi, demi memenuhi harapan pengguna beserta keperluan dan hal yang dikehendaki pengguna [9]. Kualitas layanan dinilai dari cepatnya pelayanan, kepeduliannya, serta solusi yang diberikan [6].

Jika kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pengguna maka pengguna akan melakukan konsultasi atau bertanya perihal perusahaan atau produk melalui *website* perusahaan, sedangkan jika mempengaruhi penggunaan maka pengguna akan menggunakan fungsi yang ada seperti fitur *chat customer service* pada *website* perusahaan. Dalam rangka menguji hubungan kualitas layanan dan kepuasan serta penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika, maka hipotesis ketiga riset ini dinyatakan sebagai berikut.

- H_{3a}. Kualitas layanan akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna *website*.
- H_{3b}. Kualitas layanan akan berpengaruh positif terhadap penggunaan *website*.

Penggunaan sistem (P) merupakan pemahaman dari penjelasan terkait kegunaan sistem mengenai kepercayaan pengguna pada suatu proses pengambilan keputusan. Sistem informasi dapat dikatakan berguna apabila dipercaya oleh penggunanya, maka sistem tersebut akan terus digunakan, dan apabila sistem informasi kurang berguna maka pengguna cenderung tidak menggunakannya kembali [9]. Penggunaan sistem dinilai mulai dari jumlah kunjungan ke *website*, navigasi *website*, pengambilan informasi, hingga pelaksanaan transaksi [6]. Jika penggunaan sistem mempengaruhi kepuasan pengguna maka pengguna akan percaya sehingga melakukan pembelian kembali melalui *website*, sedangkan jika mempengaruhi manfaat bersih maka pengguna akan merasa terbantu dengan adanya *website* karena dapat mempercepat dalam mendapatkan informasi mengenai produk dan meminimalisir tingkat kesalahan data yang diperoleh. Dalam rangka menguji hubungan penggunaan *website* PT Yogyakarta Mega Grafika dan kepuasan pengguna serta manfaat bersih, maka hipotesis keempat riset ini, dinyatakan sebagai berikut.

- H_{4a}. Penggunaan *website* akan mempengaruhi kepuasan pengguna *website*.
- H_{4b}. Penggunaan *website* akan mempengaruhi manfaat bersih PT Yogyakarta Mega Grafika.

Kepuasan pengguna (KP) merupakan persepsi kepercayaan pengguna terhadap sistem informasi yang sudah ada telah memiliki informasi sesuai dengan kebutuhan pengguna [9]. Kepuasan pengguna dinilai dari opini pengguna tentang *website*, serta mencakup keseluruhan pengalaman pengguna berdasarkan pengambilan informasi melalui pembelian, pembayaran, penerimaan, dan layanan melalui *website* [6]. Jika kepuasan pengguna mempengaruhi penggunaan sistem, maka pengguna akan melakukan transaksi produk secara berulang di perusahaan, sedangkan jika mempengaruhi manfaat bersih maka perusahaan mendapatkan nilai tambah dan kinerja perusahaan meningkat, begitu juga untuk pengguna *website* dapat menghemat waktu dalam mencari informasi dan menjadi lebih efektif. Dalam rangka menguji hubungan kepuasan pengguna *website* PT Yogyakarta Mega Grafika dan penggunaan *website* serta manfaat bersih, maka hipotesis kelima riset ini, dinyatakan sebagai berikut.

- H_{5a}. Kepuasan pengguna *website* akan mempengaruhi penggunaan *website*.
- H_{5b}. Kepuasan pengguna *website* akan mempengaruhi manfaat bersih PT Yogyakarta Mega Grafika.

Manfaat bersih (MB) merupakan dampak yang didapatkan oleh pengguna dan organisasi dengan adanya sistem informasi [15]. Dampak Penggunaan merupakan hal terpenting dalam mengukur keberhasilan sistem informasi, karena cakupannya berupa dampak positif atau negatif [6]. Jika dampak penggunaan dapat mempermudah pengguna dalam proses pencarian produk di *website*, tentunya dapat mempengaruhi kepuasan pengguna. Ini membuat pengguna akan kembali menggunakan *website*, sedangkan jika mempengaruhi penggunaan sistem maka pengguna telah menggunakan fungsi yang ada pada *website* dengan baik. Dalam rangka menguji hubungan manfaat bersih dan kepuasan serta penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika, maka hipotesis keenam riset ini, dinyatakan sebagai berikut.

- H_{6a}. Manfaat bersih akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna *website*
- H_{6b}. Manfaat bersih akan berpengaruh positif terhadap penggunaan *website*.

Metode Analisis

Alat analisis riset ini ada tiga. Pertama, pengujian validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengukur kebenaran dari tiap pernyataan pada kuesioner. Uji validitas riset ini menggunakan *Pearson Product Moment*, sama seperti riset [14]. Setiap item kuesioner dikatakan valid jika nilai $Sig.<0,05$ sedangkan dinyatakan tidak valid jika nilai $Sig.>0,05$ [21]. Sedangkan, uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi atau keandalan dari tiap pernyataan pada kuesioner. Uji reliabilitas riset ini menggunakan *Cronbach's Alpha*, sama seperti riset [14]. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $>0,6$ maka dinyatakan reliabel sedangkan jika nilai *Cronbach's Alpha* $<0,6$ maka dinyatakan tidak reliabel [22]. Kedua, pengujian hipotesis menggunakan analisis korelasi *Pearson Product Moment*, sama seperti yang digunakan dalam riset [16]. Pengujian hipotesis dilakukan dalam rangka mengukur tingkat kesuksesan penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika selama pandemi COVID-19 menggunakan model DeLone-McLean [6]. Kesuksesan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika diukur dari kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, kepuasan pengguna dan manfaat bersih. Hipotesis didukung jika nilai $Sig.<0,05$ dan sebaliknya. Jika nilai $Sig.>0,05$ maka hipotesis tidak didukung [18][19]. Tingkatan derajat hubungan korelasi disajikan pada Tabel 2. Ketiga, pengujian tambahan. Tujuannya untuk melihat apakah hasil pengujian kesuksesan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika yang sudah dilakukan pada tahap sebelumnya, konsisten hasilnya jika diuji menggunakan metode yang berbeda. Pengujian tambahan ini dilakukan menggunakan rumus dan perhitungan seperti yang digunakan dalam riset [11]. Persentase kesuksesan dihitung dari bobot rata-rata item pengukuran dibagi dengan nilai skala *likert*.

Tabel 2. Tingkat Korelasi Hubungan

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,00 – 0,20	Tidak ada korelasi
0,21 – 0,40	Korelasi lemah
0,41 – 0,60	Korelasi sedang
0,61 – 0,80	Korelasi kuat
0,81 – 1,00	Korelasi sangat kuat

4 Hasil dan Pembahasan

Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas riset ini dilakukan menggunakan *Pearson Product Moment*. Tabel 3 menyajikan hasil uji validitas riset ini. Berdasarkan hasil uji validitas ditemukan 25 item pertanyaan kuesioner riset ini memiliki nilai signifikansi $<0,05$. Ini artinya semua item pernyataan dari variabel kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, kepuasan pengguna dan manfaat bersih dalam riset ini dinyatakan valid dan dapat digunakan pada proses pengujian selanjutnya.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

No. Item	Rhitung	Sig.	No. Item	Rhitung	Sig.
1	0,777	0,000	14	0,558	0,000
2	0,874	0,000	15	0,738	0,000
3	0,895	0,000	16	0,890	0,000
4	0,854	0,000	17	0,891	0,000
5	0,843	0,000	18	0,891	0,000
6	0,911	0,000	19	0,882	0,000
7	0,778	0,000	20	0,671	0,000
8	0,796	0,000	21	0,901	0,000
9	0,846	0,000	22	0,864	0,000
10	0,888	0,000	23	0,917	0,000
11	0,884	0,000	24	0,850	0,000
12	0,906	0,000	25	0,846	0,000
13	0,885	0,000			

Sumber: data primer yang diolah

Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Tabel 4 menyajikan hasil uji reliabilitas riset ini. Berdasarkan hasil uji reliabilitas menemukan bahwa seluruh variabel riset ini

memiliki nilai *Cronbach's Alpha* >0,6. Ini artinya tiap pertanyaan kuesioner terkait dengan variabel kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, kepuasan pengguna dan manfaat bersih dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk proses pengujian selanjutnya.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah Item	Keterangan
Kualitas Sistem (KS)	0,903	5	Reliabel
Kualitas Informasi (KI)	0,900	5	Reliabel
Kualitas Layanan (KL)	0,869	3	Reliabel
Penggunaan (P)	0,775	4	Reliabel
Kepuasan Pengguna (KP)	0,755	3	Reliabel
Manfaat Bersih (MB)	0,924	5	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah

Hasil Pengujian Hipotesis

Riset ini menggunakan analisis korelasi *Pearson Product Moment*, ketika melakukan pengujian hipotesis sama seperti yang digunakan dalam riset [16]. Ada enam hipotesis yang diuji dalam riset ini. Hasil pengujian hipotesis riset ini disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Sign	Keterangan Hipotesis	Koefisien PPM	Keterangan Koefisien PPM
H _{1a} Kualitas Sistem–Kepuasan Pengguna	0,000	Berkorelasi	0,806	Sangat Kuat, Positif
H _{1b} Kualitas Sistem–Penggunaan <i>Website</i>	0,000	Berkorelasi	0,676	Kuat, Positif
H _{2a} Kualitas Informasi–Kepuasan Pengguna	0,000	Berkorelasi	0,858	Sangat Kuat, Positif
H _{2b} Kualitas Informasi–Penggunaan <i>Website</i>	0,000	Berkorelasi	0,744	Kuat, Positif
H _{3a} Kualitas Layanan–Kepuasan Pengguna	0,000	Berkorelasi	0,780	Kuat, Positif
H _{3b} Kualitas Layanan–Penggunaan Sistem	0,000	Berkorelasi	0,733	Kuat, Positif
H _{4a} Penggunaan <i>Website</i> –Kepuasan Pengguna	0,000	Berkorelasi	0,725	Kuat, Positif
H _{4b} Penggunaan <i>Website</i> –Manfaat Bersih	0,000	Berkorelasi	0,607	Sedang, Positif
H _{5a} Kepuasan Pengguna–Penggunaan <i>Website</i>	0,000	Berkorelasi	0,725	Kuat, Positif
H _{5b} Kepuasan Pengguna–Manfaat Bersih	0,000	Berkorelasi	0,759	Kuat, Positif
H _{6a} Manfaat Bersih–Kepuasan Pengguna	0,000	Berkorelasi	0,759	Kuat, Positif
H _{6b} Manfaat Bersih–Penggunaan <i>Website</i>	0,000	Berkorelasi	0,607	Sedang, Positif

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semua hipotesis yang diuji dalam riset ini terdukung. Adapun pembahasan dari pengujian hipotesis, antara lain sebagai berikut:

1. H_{1a} terdukung. Nilai sig. 0,000 dan koefisien korelasi sebesar 0,806, berarti kualitas sistem memiliki pengaruh positif dan sangat kuat terhadap kepuasan pengguna *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Korelasi positif antara kualitas sistem dan kepuasan pengguna *website* menunjukkan bahwa semakin baik kualitas sistem maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Demikian sebaliknya, semakin rendah kualitas sistem, maka semakin rendah tingkat kepuasan pengguna *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Temuan riset ini sejalan dengan riset [12][14][16]. Pengguna akan merasa puas jika sistem cepat dalam menampilkan informasi yang diinginkan atau mudah dalam mengakses *website* melalui perangkat atau platform beragam.
2. H_{1b} terdukung. Nilai sig. 0,000 dan koefisien korelasi sebesar 0,676, berarti kualitas sistem memiliki pengaruh positif dan kuat terhadap penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Korelasi positif antara kualitas sistem dan penggunaan *website* menunjukkan bahwa semakin baik kualitas sistem maka semakin tinggi penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika, demikian sebaliknya. Temuan riset ini sejalan dengan riset [12][17]. Pengguna dapat menggunakan fungsi yang ada pada *website* dengan baik karena didukung oleh kualitas sistem yang baik pula.
3. H_{2a} terdukung. Nilai sig. 0,000 dan koefisien korelasi 0,858, berarti kualitas informasi memiliki pengaruh positif dan sangat kuat terhadap kepuasan pengguna *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Korelasi positif antara kualitas informasi dan kepuasan pengguna *website* menunjukkan bahwa semakin baik kualitas informasi maka semakin tinggi

tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Demikian sebaliknya, semakin rendah kualitas informasi, maka semakin rendah tingkat kepuasan pengguna *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Temuan riset ini sejalan dengan riset [12][14][16]. Pengguna akan merasa puas jika mendapatkan informasi yang lengkap, mudah dipahami dan menarik sehingga dapat mendorong pengguna untuk kembali menggunakan *website*.

4. H_{2b} terdukung. Nilai sig. 0,000 dan koefisien korelasi 0,744, berarti kualitas informasi memiliki pengaruh positif dan kuat terhadap penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Korelasi positif antara kualitas informasi dan penggunaan *website* menunjukkan bahwa semakin baik kualitas informasi maka semakin tinggi penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika, demikian sebaliknya. Temuan riset ini sejalan dengan riset [12][17][23]. Pengguna kembali menggunakan *website* karena telah mendapatkan informasi yang mudah dipahami serta lengkap.
5. H_{3a} terdukung. Nilai sig. 0,000 dan koefisien korelasi 0,780, berarti kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan kuat terhadap kepuasan pengguna *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Korelasi positif antara kualitas layanan dan kepuasan pengguna *website* menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Demikian sebaliknya, semakin rendah kualitas layanan, maka semakin rendah tingkat kepuasan pengguna *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Temuan riset ini sejalan dengan riset [14][16][24]. Pengguna akan merasa puas jika layanan *chat customer service* berfungsi dengan baik.
6. H_{3b} terdukung. Nilai sig. 0,000 dan koefisien korelasi 0,733, berarti kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan kuat terhadap penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Korelasi positif antara kualitas layanan dan penggunaan *website* menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan maka semakin tinggi penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika, demikian sebaliknya. Temuan riset ini sejalan dengan riset [12][14]. Pengguna dapat menggunakan layanan *chat customer service* jika dibutuhkan untuk menanyakan mengenai yang hal dibutuhkan.
7. H_{4a} terdukung. Nilai sig. 0,000 dan koefisien korelasi 0,725, berarti penggunaan sistem memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan pengguna sistem di PT Yogyakarta Mega Grafika. Korelasi positif antara penggunaan sistem dan kepuasan pengguna *website* menunjukkan bahwa semakin baik penggunaan sistem maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Demikian sebaliknya, semakin rendah penggunaan sistem, maka semakin rendah tingkat kepuasan pengguna *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Temuan riset ini sejalan dengan riset [14][16][23]. Pengguna akan merasa puas jika saat menggunakan fungsi yang ada pada *website* dengan baik sehingga mendorong pengguna untuk kembali menggunakan *website*.
8. H_{4b} terdukung. Nilai sig. 0,000 dan koefisien korelasi 0,607, berarti penggunaan sistem memiliki pengaruh sedang terhadap dampak penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Korelasi positif antara penggunaan sistem dan dampak penggunaan *website* menunjukkan bahwa semakin baik penggunaan sistem maka semakin tinggi dampak penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika, demikian sebaliknya. Temuan riset ini sejalan dengan riset [12][14]. Pengguna dapat menggunakan fungsi yang ada pada *website* dengan baik sehingga mempermudah dalam mendapatkan informasi tanpa harus pergi ke *outlet*.
9. H_{5a} terdukung. Nilai sig. 0,000 dan koefisien korelasi 0,725, berarti kepuasan Pengguna memiliki pengaruh kuat terhadap penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Korelasi positif antara kepuasan pengguna dan penggunaan *website* menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna maka semakin tinggi penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Demikian sebaliknya, semakin rendah tingkat kepuasan pengguna, maka semakin rendah penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Temuan riset ini sejalan dengan riset [14]. Pengguna akan kembali menggunakan *website* jika merasa puas sehingga akan mempengaruhi tingkat kunjungan di *website*.

10. H_{5b} terdukung. Nilai sig. 0,000 dan koefisien korelasi 0,759, berarti kepuasan pengguna memiliki pengaruh kuat terhadap dampak penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Korelasi positif antara kepuasan pengguna dan dampak penggunaan *website* menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna maka semakin tinggi dampak penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika, demikian sebaliknya. Temuan riset ini sejalan dengan riset [12][14][18]. Pengguna akan terdorong untuk melakukan pembelian kembali sehingga berdampak baik terhadap penjualan produk perusahaan karena merasa puas dengan *website*.
11. H_{6a} terdukung. Nilai sig. 0,000 dan koefisien korelasi 0,759, berarti dampak pengguna memiliki pengaruh positif dan kuat terhadap kepuasan pengguna *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Korelasi positif antara kualitas layanan dan kepuasan pengguna *website* menunjukkan bahwa semakin baik dampak penggunaan maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Demikian sebaliknya, semakin rendah dampak penggunaan, maka semakin rendah tingkat kepuasan pengguna *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Temuan riset ini sejalan dengan riset [14][16][17]. Pengguna akan merasa puas jika *website* mempermudah dalam pencarian produk sehingga pengguna akan kembali menggunakan *website*.
12. H_{6b} terdukung. Nilai sig. 0,000 dan koefisien korelasi 0,607, berarti dampak penggunaan memiliki pengaruh positif dan sedang terhadap penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Korelasi positif antara dampak penggunaan dan penggunaan *website* menunjukkan bahwa semakin baik dampak penggunaan maka semakin tinggi penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika, demikian sebaliknya. Temuan riset ini sejalan dengan riset [14]. Pengguna dapat menggunakan *website* untuk mempermudah dalam pencarian produk tanpa harus datang ke *outlet* dengan menggunakan fungsi yang ada pada *website* saja.

Hasil pengujian menemukan bahwa tingkat kesuksesan sistem informasi berdasarkan model DeLone-McLean *website* yogyakarta.com milik PT Yogyakarta Mega Grafika terbukti sukses berperan meningkatkan kinerja perusahaan saat pandemi COVID-19. Ada dua hipotesis yang terbukti berkorelasi dengan sangat kuat dan positif, yakni kualitas sistem dengan kepuasan pengguna serta kualitas informasi dengan kepuasan pengguna. Ini artinya bahwa kualitas sistem dan kualitas informasi yang ada pada *website*, berperan dalam kepuasan pelanggan PT Yogyakarta Mega Grafika. *Website* PT Yogyakarta Mega Grafika berperan selama COVID-19, yaitu membantu memudahkan pelanggan untuk melihat katalog produk dan melakukan pemesanan tanpa harus datang ke perusahaan. Pelanggan yang puas akan kinerja dari *website* akan melakukan transaksi ulang karena merasa bahwa *website* dapat membantu menghemat biaya pencarian dan sekaligus dapat meminimalisir penyebaran virus corona karena transaksi semua dilakukan secara *online*, yang minim kontak fisik antara penjual dan pembeli. Penggunaan *website* selama pandemi di PT Yogyakarta Mega Grafika terbukti secara empiris dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Ini sejalan dengan riset [3] bahwa penggunaan teknologi informasi dan komunikasi berupa *website* dapat berkontribusi untuk meningkatkan kinerja dan berdampak pada peningkatan pendapatan selama masa pandemi.

Hasil Pengujian Tambahan

Pengujian tambahan dilakukan untuk melihat konsistensi hasil pengujian yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya. Pengujian dilakukan dengan menggunakan rumus dan perhitungan, sama seperti riset [11]. Analisis kesuksesan *website* PT Yogyakarta Mega Grafika selama COVID-19 dilakukan dengan menghitung bobot rata-rata item pengukuran dibagi dengan nilai skala *likert* yang diperoleh dari kuesioner. Hasil uji kesuksesan *website* PT Yogyakarta Mega Grafika disajikan pada Tabel 6. Adapun rumus dan perhitungan untuk menguji kesuksesan sebagai berikut:

- a. Total rata-rata item pengukuran

$$\text{Rata - rata item pengukuran} = \frac{(\text{skala} \times \text{Bobot skala item pengukuran})}{\text{jumlah responden}}$$

Hasil perhitungan rata-rata item pengukuran adalah sebesar 103,23. Angka ini, kemudian digunakan untuk menghitung bobot rata-rata item pengukuran di tahap selanjutnya.

b. Bobot rata-rata item pengukuran

$$\begin{aligned} \text{Bobot rata - rata item pengukuran} &= \frac{\text{total rata - rata item pengukuran}}{\text{jumlah indikator}} \\ &= \frac{103,23}{25} = 4,13 \end{aligned}$$

c. Persentase kesuksesan

$$\begin{aligned} \text{Persentase kesuksesan} &= \frac{\text{Bobot rata - rata item pengukuran}}{\text{nilai maksimal skala likert}} \times 100\% \\ &= \frac{4,13}{5} \times 100\% = 82,6\% \end{aligned}$$

Tabel 6. Hasil Uji Kesuksesan

No.	Indikator	STS	TS	N	S	SS	Jumla h	Rata- rata
		1	2	3	4	5		
1	KS1	1	0	4	27	34	66	4,41
2	KS2	1	1	7	31	26	66	4,21
3	KS3	0	2	12	26	26	66	4,15
4	KS4	1	2	10	26	27	66	4,15
5	KS5	0	2	9	26	29	66	4,24
6	KI1	0	4	14	19	29	66	4,11
7	KI2	0	2	12	27	25	66	4,14
8	KI3	0	3	11	27	25	66	4,12
9	KI4	1	4	8	29	24	66	4,08
10	KI5	0	3	16	19	28	66	4,09
11	KL1	1	2	14	26	23	66	4,03
12	KL2	0	4	9	30	23	66	4,09
13	KL3	1	5	14	28	18	66	3,86
14	P1	0	2	6	26	32	66	4,33
15	P2	0	0	12	28	26	66	4,21
16	P3	3	12	18	19	14	66	3,44
17	P4	9	14	15	12	16	66	3,18
18	KP1	1	4	13	25	23	66	3,98
19	KP2	1	3	16	24	22	66	3,95
20	KP3	0	2	10	19	35	66	4,32
21	MB1	0	2	4	25	35	66	4,41
22	MB2	0	1	7	22	36	66	4,41
23	MB3	0	1	8	21	36	66	4,39
24	MB4	0	1	7	19	39	66	4,45
25	MB5	1	0	5	22	38	66	4,45
Total rata-rata item pengukuran							103,23	

Hasil pengujian tambahan menemukan bahwa bobot rata-rata item pengukuran sebesar 4,13 dan hasil persentase kesuksesan adalah 82,6 persen. Ini artinya bahwa *website* PT Yogyakarta Mega Grafika dinyatakan sangat sukses digunakan saat COVID-19. Pengujian tambahan ini memperkuat temuan bahwa penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika memiliki pengaruh pada peningkatan kinerja perusahaan saat COVID-19 berlangsung. Pelanggan PT Yogyakarta Mega Grafika masih dapat melakukan pemesanan produk lewat *website*, meskipun kebijakan pembatasan sosial skala besar diberlakukan untuk meminimalkan penyebaran virus corona. Oleh sebab itu, perusahaan perlu terus melakukan pengelolaan sistem informasi agar dapat memperoleh manfaat maksimal dari penggunaannya untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan.

5 Kesimpulan

Riset ini memberikan bukti empiris bahwa penggunaan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika saat pandemi COVID-19 sukses berperan meningkatkan kinerja perusahaan. Model DeLone-McLean dapat digunakan untuk mengukur tingkat kesuksesan *website* di PT Yogyakarta Mega Grafika. Riset ini menemukan *website* membantu memudahkan pelanggan untuk melihat katalog produk dan

melakukan pemesanan tanpa harus datang ke perusahaan. Pelanggan yang puas akan kinerja dari *website* akan melakukan transaksi ulang karena merasa bahwa *website* dapat membantu menghemat biaya pencarian dan sekaligus dapat meminimalisir penyebaran virus corona karena transaksi semua dilakukan secara *online*, yang minim kontak fisik antara penjual dan pembeli. Temuan ini juga kokoh dalam analisis tambahan dengan menghitung bobot rata-rata item pengukuran dibagi dengan nilai skala *likert*. Hasil riset menemukan bahwa bobot rata-rata item pengukuran sebesar 4,13 dan hasil persentase kesuksesan adalah 82,6 persen. Ini artinya *website* PT Yogyakarta Mega Grafika dinyatakan sangat sukses digunakan meningkatkan kinerja perusahaan selama pandemi COVID-19.

Riset ini memiliki keterbatasan berkaitan dengan jumlah responden. Tingkat pengembalian kuesioner dalam riset ini rendah karena kuesioner survei terkait kesuksesan tidak dilekatkan pada *website* PT Yogyakarta Mega Grafika. Dalam riset, ukuran sampel yang besar diperlukan untuk mendapatkan tingkat keterwakilan populasi [25]. Oleh sebab itu, riset yang akan datang diharapkan dapat lebih memperbanyak jumlah responden yang mengisi kuesioner dengan cara melekatkan kuesioner untuk mengevaluasi kesuksesan penggunaan sistem informasi pada *website* PT Yogyakarta Mega Grafika.

Referensi

- [1] Pusat Penelitian Ekonomi LIPI, “Suvei LIPI: 94 Persen Penjualan UMKM Turun,” *Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia*, 2020. .
- [2] E. Maria, “Digitalisasi Ekonomi Desa Memasuki Era Kenormalan Baru,” in *Perkembangan Perekonomian Indonesia saat Serangan Pandemi Covid-19*, vol. 1, no. 9, T. C. Leasiwal, Ed. Serang Banten: CV. AA. Rizky, 2020, pp. 25–58.
- [3] E. Maria, S. Suharyadi, and R. K. Hudiono, “Implementasi pemasaran digital berbasis website sebagai strategi kenormalan baru Dusun Srumbung Gunung pasca Covid-19,” *Riau J. Empower.*, vol. 4, no. 1, pp. 1–10, 2021, doi: 10.31258/raje.4.1.1-10.
- [4] K. C. Laudon and J. P. Laudon, *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*, 12th editi., vol. 7, no. 1. Pearson Prentice Hall, 2012.
- [5] J. E. Bailey and S. W. Pearson, “Development of a Tool for Measuring and Analyzing Computer User Satisfaction,” *Manage. Sci.*, vol. 29, no. 5, pp. 530–545, 1983, doi: <http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.29.5.530>.
- [6] W. H. DeLone and E. R. McLean, “The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update,” *J. Manag. Inf. Syst.*, vol. 19, no. 4, pp. 9–30, 2003, doi: 10.1080/07421222.2003.11045748.
- [7] P. B. Seddon, “Respesification and Extension of The DeLone and Mc Lean Model of IS Success,” *Inf. Syst. Res.*, vol. 8, no. 3, pp. 240–253, 1997.
- [8] A. Rai, S. S. Lang, and R. B. Welker, “Assessing the Validity of IS Success Models: An Empirical Test and Theoretical Analysis,” *Inf. Syst. Res.*, vol. 13, no. 1, pp. 29–34, 2002, doi: 10.1287/isre.13.1.50.96.
- [9] H. Laksono, “Evaluasi Kesuksesan Simda Bmd Pada Pemerintah Kabupaten Grobogan Menggunakan Model Kombinasi Delone Mclean Dan Technology Acceptance Model,” *J. Tata Kelola Akuntabilitas Keuang. Negara*, vol. 3, no. 2, p. 151, 2017, doi: 10.28986/jtaken.v3i2.101.
- [10] P. H. Saputro, A. D. Budiyanto, and A. J. Santoso, “Model Delone and Mclean untuk Mengukur Kesuksesan E-government Kota Pekalongan,” vol. 2, no. 1, pp. 1–8, 2015.
- [11] R. Rachman, “Analisa Kesuksesan E - Government LAPOR dengan Model Delone - Mclean pada Pengembangan Smart City,” *Sist. J. Sist. Inf.*, vol. 10, pp. 357–368, 2021.
- [12] R. K. L. Wiyati and N. L. K. Y. Sarja, “Evaluasi Kesuksesan Sistem Informasi Absensi Online Menggunakan Model Delone Mclean,” *J. Media Apl.*, vol. 10, no. 2, pp. 135–157, 2018.
- [13] C. Tam and T. Oliveira, “Understanding mobile banking individual performance: The DeLone & McLean model and the moderating effects of individual culture,” *Internet Res.*, vol. 27, no. 3, pp. 538–562, 2017, doi: 10.1108/IntR-05-2016-0117.
- [14] T. Tarwoto and A. P. Kuncoro, “Evaluasi Penerapan Sistem Informasi Smart Prodi dengan Pendekatan Delone Mclean dan Framework Cobit 5,” *MATRIK J. Manajemen, Tek. Inform. dan Rekayasa Komput.*, vol. 18, no. 2, pp. 222–236, 2019, doi: 10.30812/matrik.v18i2.367.
- [15] A. D. Herlambang, S. H. Wijoyo, A. Rachmadi, C. Felita, and N. Alimah, “Criteria-Based <http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id>

- Evaluation for Health Information System Implementation Success Based on Delone and Mclean Model,” *J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 6, no. 3, pp. 315–320, 2019, doi: 10.25126/jtiik.201961321.
- [16] G. A. A. Wisudiawan, “Analisis faktor kesuksesan sistem informasi menggunakan model delone and mclean,” *J. Ilm. Teknol. Inf. Terap.*, vol. 2, no. 1, pp. 55–59, 2015.
- [17] M. Al Farizi, “Model Kesuksesan Sistem Informasi Delone dan Mclean Untuk Mengukur Kesuksesan Sistem Modernisasi Perpajakan E-Billing Menurut Wajib Pajak Kota Semarang,” *J. Monex*, vol. 7, pp. 373–375, 2018.
- [18] T. Y. Rachmadi and R. D. Handaka, “Evaluasi Penerapan E-Faktur Dengan Model Kesuksesan Sistem Informasi Delone Dan Mclean (Studi Kasus Di Kpp Pratama Metro),” *Substansi Sumber Artik. Akunt. Audit. dan Keuang. Vokasi*, vol. 3, no. 2, p. 129, 2019, doi: 10.35837/subs.v3i2.580.
- [19] Suryana, “Metodologi Penelitian : Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif,” *Univ. Pendidik. Indones.*, pp. 1–243, 2012, doi: 10.1007/s13398-014-0173-7.2.
- [20] M. N. Yakubu and S. I. Dasuki, “Assessing eLearning systems success In Nigeria: An application of the Delone And Mclean information systems success model,” *J. Inf. Technol. Educ. Res.*, vol. 17, pp. 183–203, 2018, doi: 10.28945/4077.
- [21] B. Susetyo, *Statistika Untuk Analisis Data Penelitian : dilengkapi cara perhitungan dengan SPSS dan MS Office Excel*. Refika Aditama, 2014.
- [22] Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta Bandung, 2017.
- [23] A. N. Celine Aloyshima Haris, Bambang Soedijono WA, “Evaluasi Aplikasi Ruang Guru Menggunakan Model UTAUT2 dan Model Kesuksesan DeLone and McLean,” *J. Tek. dan Inov.*, vol. 4, no. 1, pp. 1–9, 2020.
- [24] L. T. Utomo, Y. T. Ardianto, and N. Sisharini, “Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Universitas Merdeka Malang,” *J. Teknol. dan Manaj. Inform.*, vol. 3, no. 2, 2017, doi: 10.26905/jtmi.v3i2.1425.
- [25] A. Adib Abadi, “Problematika Penentuan Sampel Dalam Penelitian Bidang Perumahan Dan Permukiman,” *Dimens. (Jurnal Tek. Arsitektur)*, vol. 34, no. 2, pp. 138–146, 2006, [Online]. Available: <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/ars/article/view/16546>.