

## Strategi Peningkatan Penerimaan Aplikasi Tracer Study Pada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya

Bagus Sukma<sup>1)</sup> Sulistiowati<sup>2)</sup> Puspita Kartikasari<sup>3)</sup>

Program Studi/Jurusan Sistem Informasi  
Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya  
Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1)Bagussuukma5@gmail.com, 2)sulistiowati@stikom.edu, 3)puspita@stikom.edu

**Abstract:** Stikom Career Center (SCC) Stikom Surabaya pada saat ini menggunakan aplikasi Tracer Study untuk mengetahui bagaimana kondisi alumni setelah 2 tahun lulus. Aplikasi Tracer Study diimplementasikan mulai tahun 2011. Sejak awal penggunaan aplikasi Tracer Study hingga saat ini belum pernah dilakukan evaluasi terhadap penerimaan Pengguna pada aplikasi tersebut. Oleh sebab itu dalam penelitian ini dilakukan analisis penerimaan aplikasi Tracer Study dengan metode Technology Acceptance Model 2 yang terdiri atas Variabel Subjective Norm, Image, Job Relevance, Output Quality, Result Demonstrability sebagai variabel independen, sedangkan variabel dependen meliputi Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Intention to Use, Usage Behaviour dan variabel moderasi meliputi variabel Experience dan Voluntariness. Dari hasil penyebaran kuesioner sebanyak 79 responden dan dianalisis dengan metode Structural Equation Modeling (SEM) diperoleh bahwa Variabel Subjective Norm terhadap Image, Perceived Usefulness terhadap Intention to Use, Perceived ease of use terhadap Perceived Usefulness, Perceived ease of use terhadap Intention to Use dan Intention to Use terhadap Usage Behaviour. Berdasarkan hasil pengaruh tersebut menunjukkan bahwa pada saat ini dan ke depannya Stikom Career Center (SCC) Stikom Surabaya harus lebih menekankan pada Kemudahan penggunaan dan pemberian hak akses.

**Kata Kunci:** Tracer Study, Stikom Career Center (SCC) Stikom Surabaya, Technology Acceptance Model 2.

Tracer Study adalah pelacakan lulusan/alumni yang dilakukan kepada alumni 2 tahun setelah lulus yang bertujuan untuk mengetahui outcome pendidikan dalam bentuk transisi dari dunia pendidikan ke dunia kerja, output pendidikan yaitu penilaian diri terhadap penguasaan dan pemerolehan kompetensi, proses pendidikan berupa evaluasi proses pembelajaran dan kontribusi pendidikan tinggi terhadap pemerolehan kompetensi serta input pendidikan berupa penggalan lebih lanjut terhadap informasi dari lulusan. Disamping untuk keperluan akreditasi, Ditjen Dikti Kemdiknas juga sejak tahun 2011 menggunakan tracer study sebagai alat monitoring adaptasi lulusan perguruan tinggi di Indonesia ketika memasuki dunia kerja.

Institut Bisnis dan Informatika (Stikom Surabaya) adalah salah satu perguruan tinggi yang sudah menerapkan Tracer Study. Dari wawancara yang sudah dilakukan dengan pihak Stikom Career Center (SCC) selaku pengelola aplikasi Tracer Study ingin mengetahui bagaimana tingkat penerimaan pengguna terhadap aplikasi Tracer Study, sebagai bahan masukan untuk perbaikan aplikasi Tracer Study.

Oleh karena itu SCC Stikom Surabaya selaku pengelola membutuhkan sebuah strategi peningkatan terhadap penerimaan aplikasi Tracer Study Stikom Surabaya. Untuk mengetahui tingkat penerimaan aplikasi terhadap perilaku pengguna Tracer Study menggunakan Technology Acceptance Model. Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model penelitian yang pada umumnya digunakan untuk meneliti penerimaan teknologi informasi. Menurut Widiatmika dan Sensuse (2012) banyak penelitian telah menemukan bahwa TAM adalah sebuah model yang secara konsisten menjelaskan sebagian besar ragam (variance) dalam menggunakan tujuan dan tingkah laku, diantara sebuah variasi teknologi-teknologi. Penelitian juga menemukan bahwa TAM mampu menandingi dengan baik model-model alternatif seperti TRA (Theory of Reasoned Action) dan TPB (Theory of Planned Behavior). Kelebihan dari metode TAM adalah (1) banyak model-model penerapan teknologi informasi yang tidak mempertimbangkan faktor psikologis dan perilaku (behaviour) pada model mereka. (2) TAM dibangun atas dasar teori yang kuat. (3) TAM banyak digunakan dalam penelitian di

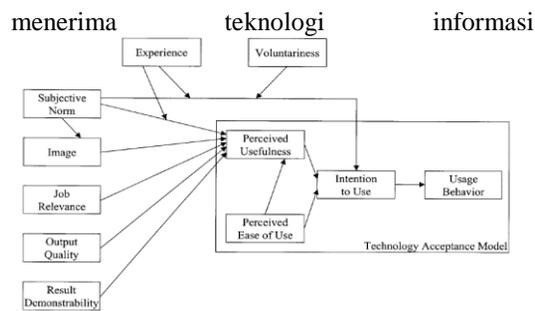
bidang teknologi dan hasil menunjukan sebagian besar dukungan dan menyimpulkan bahwa TAM adalah model yang baik dan konsisten. (4) TAM adalah model yang sederhana tapi valid. Penggunaan metode TAM pada penelitian ini juga didasari dari banyaknya penelitian terdahulu yang menggunakan metode TAM untuk mengukur tingkat penerimaan teknologi diantaranya adalah penelitian implementasi Executive Information System (EIS) di wilayah Afrika selatan (Averweg, 2008), Penelitian untuk menguji kepercayaan pelanggan dari suatu situs belanja online (Gefen, Karahana, & Straub, 2003), Penelitian untuk menguji minat nasabah untuk menggunakan internet banking di Bahrain (Jalal, Marzooq, & Nabi, 2011), Penelitian penerimaan internet banking (Wang et al, 2003).

Tujuan pengukuran ini digunakan untuk membantu memodelkan dan memprediksi tingkat penerimaan pengguna yang diharapkan dari hasil pengukuran ini dapat dirancang suatu langkah perbaikan untuk meningkatkan tingkat penerimaan terhadap aplikasi Tracer Study pada Stikom Surabaya.

## TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

TAM merupakan adaptasi dari Theory of Reasoned Action (TRA) untuk bidang Sistem Informasi. TAM berpendapat bahwa manfaat yang dirasakan dan persepsi kemudahan penggunaan menentukan niat individu untuk menggunakan sistem dengan niat menggunakan sistem melayani sebagai mediator penggunaan sistem yang sebenarnya (Kasse dan Ferdiana, 2014).

TAM mengasumsikan bahwa seorang individu yang dapat menerima teknologi informasi dipengaruhi oleh dua variabel utama yaitu persepsi kebermanfaatannya (perceived usefulness) dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) (Park, 2009). Model TAM yang digunakan dalam penelitian ini adalah model TAM 2. Menurut Davis (1989) TAM adalah teori sistem informasi yang dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna mengerti dan menggunakan teknologi informasi. TAM menggunakan yang digunakan untuk melihat bagaimana tingkat penerimaan responden dalam



Gambar 1. Technology Acceptance Model 2 (sumber: Venkatesh dan Davis, 2000)

Berdasarkan gambar 1 di atas maka indikator yang digunakan sebagai pengukuran untuk masing-masing komponen *Technology Acceptance Model 2* diuraikan sebagai berikut:

1. *Experience* merupakan variabel yang menjadi tolok ukur penentuan ketika *subjective norm* akan menentukan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) sebuah sistem informasi atau teknologi yang secara langsung juga akan menentukan *intention of use*.
2. *Voluntariness* tingkat sukarela mempengaruhi *subjective norm* dalam menentukan *intention of use*.
3. *Subjective Norm* adalah persepsi manusia ketika berfikir bahwa dia harus melakukan sebuah perilaku (*behaviour*) atau tidak.
4. *Image* adalah tingkatan dimana penggunaan sebuah teknologi informasi dipersepsikan untuk meningkatkan status seseorang di mata masyarakat. *Image* dapat secara langsung mempengaruhi persepsi kegunaan sebuah sistem informasi atau sebuah teknologi dan tingkatannya dapat dipengaruhi oleh *subjective norm*.
5. *Job Relevance*. Komponen ini berkaitan dengan persepsi manusia tentang seberapa pentingnya sebuah informasi atau teknologi dalam membantu atau mempengaruhi pekerjaan mereka.
6. *Output quality*. Komponen ini berkaitan dengan tingkatan kepercayaan individu manusia bahwa sebuah sistem informasi atau teknologi yang mereka gunakan akan memberikan hasil yang baik untuk pekerjaan mereka.
7. *Result of demonstrability*. Komponen ini berkaitan dengan hasil penggunaan teknologi informasi yang dapat diukur.
8. *Perceived usefulness*. Komponen ini menunjukkan tingkatan seorang manusia

percaya bahwa dengan menggunakan sistem informasi akan membantu dirinya untuk meningkatkan performa kerja.

9. *Intention to Use* diartikan sebagai kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatian pengguna terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan menambah *peripheral* pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain..
10. *Use behavior* dapat di artikan sebagai perilaku manusia sebenarnya ketika menggunakan sebuah sistem informasi.

$$n = \frac{501}{4,64}$$

$$n = 79$$

Populasi adalah alumni Stikom surabaya lulusan tahun 2016 yang berjumlah 364. Diperoleh besar sampel adalah 79. Populasi sendiri terbagi menjadi delapan jurusan (Sistem informasi, Sistem Komputer, Desain komunikasi visual, Multimedia, Manajemen Informasi, Komputerisasi akuntansi, KGC, Komputerisasi Perkantoran kesekretariatan).

### HUMAN COMPUTER INTERFACE (HCI)

*Human Computer Interface (HCI)* sebelumnya dikenal sebagai studi manusia-mesin atau interaksi manusia-mesin. Ini berkaitan dengan desain, pelaksanaan dan penilaian sistem komputer dan fenomena terkait yang akan digunakan manusia. Didalam *HCI* ada beberapa tahap dalam merancang desain interface yaitu *Prototype low fidelity, story boarding, Prototype high fidelity*.

### MODEL PENELITIAN

#### Penentuan Sampel

Dalam menentukan jumlah sampel yang digunakan, penelitian ini menggunakan rumus slovin. Hal ini dikarenakan jumlah populasi yang diketahui yaitu lulusan tahun 2014-2016 Stikom Surabaya yang sudah menggunakan Tracer Study. Berikut merupakan rumus slovin yang digunakan:

$$n = n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan : n = Jumlah Sampel  
 N = Jumlah populasi  
 e = margin eror

$$n = \frac{364}{1 + 364 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{364}{1 + 364 (0,01)}$$

#### Penentuan Variabel

Pada langkah ini adalah melakukan penentuan variabel apa saja yang digunakan dalam melakukan analisis penerimaan aplikasi Tracer Study Stikom Surabaya. Berdasarkan permodelan yang ada pada TAM 2, berikut adalah indikator yang digunakan sebagai pengukuran untuk masing-masing

1. Variabel eksogen terdiri atas:
  - a. Norma subjektif (*subjective norm*) persepsi pengguna ketika pengguna berpikir akan menggunakan aplikasi *tracer study* atau tidak sebagai  $x_1$
  - b. Gambaran (*image*) pandangan orang lain terhadap pengguna *tracer study* sebagai  $x_2$
  - c. Relevansi pekerjaan (*job relevance*) persepsi pengguna tentang pentingnya aplikasi *tracer study* untuk pekerjaan mereka sebagai  $x_3$
  - d. Kualitas hasil (*output quality*) tingkat kepercayaan pengguna bahwa aplikasi *tracer study* akan berpengaruh baik untuk pekerjaan mereka sebagai  $x_4$
  - e. Ketampakan hasil (*result demonstrability*) menggunakan aplikasi *tracer study* memberikan hasil yang baik sebagai  $x_5$
2. Variabel endogen terdiri atas:
  - a. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) kepercayaan pengguna bahwa menggunakan aplikasi *tracer study* akan membantu dalam pekerjaan sebagai  $y_1$
  - b. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) persepsi

- pengguna bahwa aplikasi *tracer study* mudah digunakan sebagai  $y_2$
- c. Minat pengguna (*intention to use*) perilaku pengguna untuk menggunakan aplikasi *tracer study* sebagai  $y_3$
  - d. Perilaku pengguna (*usage behavior*) perilaku pengguna ketika menggunakan aplikasi *tracer study* sebagai  $y_4$
3. Variabel moderator terdiri atas:
- a. Pengalaman (*experience*) pengalaman pengguna mengakses aplikasi yang serupa dengan aplikasi *tracer study* sebagai  $z_1$
  - b. Kesukarelaan (*voluntariness*) pengguna menggunakan aplikasi *tracer study* secara sukarela sebagai  $z_2$

**PENYUSUNAN KUESIONER**

Tabel 1. Variabel TAM 2

No	Variabel	Kode
1	<i>Intention to use</i>	Y3
2	<i>Usage Behaviour</i>	Y4
3	<i>Perceived usefulness</i>	Y1
4	<i>Perceived ease of use</i>	Y2
5	<i>Subjective norm</i>	X1
6	<i>Image</i>	X2
7	<i>Job relevance</i>	X3
8	<i>Output quality</i>	X4
9	<i>Result Demonstrability</i>	X5
10	<i>Experience</i>	Z1
11	<i>Voluntariness</i>	Z2

**TAHAP ANALISIS**

**Uji Validitas dan Reliabilitas**

Setelah data terkumpul tahap selanjutnya adalah melakukan uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji validitas konstruk pada variabel *Intention to Use (Y3)*, *Usage Behaviour(Y4)*, *Perceived Usefulness(Y1)*, *Perceived ease of Use(Y2)*, *Subjective norm(X1)*, *Image(X2)*, *Job Relevance (X3)*, *Output Quality(X4)*, *Result Demonstrability(X5)*, *experience(Z1)*, *Voluntariness(Z2)*. Validitas menjelaskan bahwa kuesioner sebagai pengukur sedangkan reliabilitas menjelaskan bahwa

kuesioner selalu konsisten dalam mengukur gejala permasalahan yang sama.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Y31	0,730	0,1864	Valid
Y32	0,512	0,1864	Valid
Y41	0,651	0,1864	Valid
Y42	0,728	0,1864	Valid
Y11	0,546	0,1864	Valid
Y12	0,419	0,1864	Valid
Y13	0,554	0,1864	Valid
Y21	0,640	0,1864	Valid
Y22	0,725	0,1864	Valid
Y23	0,743	0,1864	Valid
X11	0,508	0,1864	Valid
X12	0,344	0,1864	Valid
X21	0,542	0,1864	Valid
X22	0,585	0,1864	Valid
X31	0,554	0,1864	Valid
X32	0,575	0,1864	Valid
X41	0,755	0,1864	Valid
X42	0,558	0,1864	Valid
X51	0,654	0,1864	Valid
X52	0,721	0,1864	Valid
X53	0,644	0,1864	Valid
Z11	0,616	0,1864	Valid
Z12	0,519	0,1864	Valid
Z21	0,509	0,1864	Valid
Z22	0,361	0,1864	Valid
Z23	0,032	0,1864	Tidak Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang disajikan pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa semua indikator penelitian memiliki nilai CR (pearson correlation)dengan nilai tingkat signifikansinya lebih dari 0,1 (10%) atau batasan r tabel dengan  $n = 79 - 2$  maka di dapat r tabel sebesar 0,1864. Artinya jika nilai korelasi lebih dari batasan yang ditentukan maka item dianggap valid, sedangkan jika kurang dari batasan yang ditentukan maka item dianggap tidak valid. Dengan demikian indikator-indikator dari setiap konstruk yang terdiri dari variabel *Intention to Use (Y3)*, *Usage Behaviour(Y4)*, *Perceived Usefulness(Y1)*, *Perceived ease of Use(Y2)*, *Subjective norm(X1)*, *Image(X2)*, *Job Relevance (X3)*, *Output Quality(X4)*, *Result Demonstrability(X5)*, *experience(Z1)* telah valid untuk digunakan dalam penelitian ini dan *Voluntariness(Z2)* yang tidak valid karena nilai dibawah nilai r tabel.

Tabel 3. Cronbach Alpha

Cronbach Alpha	N of Item
0,927	26

Dari hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS menghasilkan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,927 dari jumlah keseluruhan indikator kuesioner atau *N of Item* sebanyak 26, yang berarti instrument indikator kuesioner reliable.

**Analisis Deskriptif**

Setelah data telah dipastikan valid dan reliabel, langkah berikutnya adalah melakukan analisis deskriptif. Pada proses analisis deskriptif akan ditampilkan karakteristik responden seperti presentase jenis kelamin, usia, tempat bekerja dan bidang pekerjaan responden. Berikut adalah hasil analisis deskriptif pada penelitian ini.

Tabel 4. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Rata-rata
1	Pria	58	73%
2	Wanita	21	27%
Jumlah		79	100%

Tabel 5. Bidang pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Rata-rata
1	Bidang IT	46	59%
2	Mahasiswa	33	43%
Jumlah		79	102%

Tabel 6. Tempat bekerja

No	Pekerjaan	Jumlah	Rata-rata
1	Bidang IT	73	93%
2	Mahasiswa	6	6%
Jumlah		79	99%

Tabel 7. Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Rata-rata
1	23 tahun	4	5%
2	24 tahun	11	14%
3	25 tahun	15	19%
4	26 tahun	16	20%
5	27 tahun	11	14%
6	28 tahun	13	16%
7	29 tahun	6	7%
8	30 tahun	2	2%
9	35 tahun	1	1%
Jumlah		79	98%

**TAHAP ANALISIS SEM PLS**

Setelah dilakukan tahap pengumpulan data maka tahap selanjutnya melakukan tahapan analisis untuk mengukur tingkat penerima *Tracer Study Stikom*. Tahapan untuk menganalisis adalah dengan melakukan Pengujian *Outer Model*,

*Inner Model*, Uji Kesesuaian Model, Uji Pengaruh dan Pembahasan.

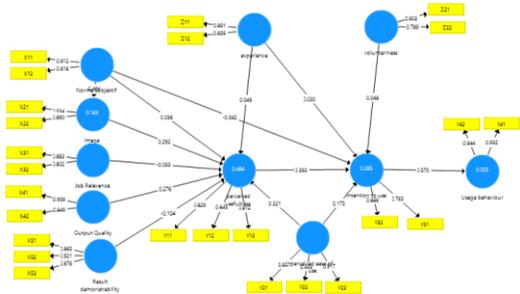
**Pengujian Outer Model**

Validitas konvergen (*Convergent Validity*) bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabelnya.

apabila terdapat indikator yang memiliki nilai *loading* dibawah 0,5 maka indikator tersebut dapat dihapus dari konstraknya karena indikator tersebut tidak termuat (*load*) ke konstruk yang mewakilinya. Jika skor *loading* berada diantara 0,5–0,7 sebaiknya skor *loading* indikator tersebut tidak dihapus sepanjang skor *AVE* diatas 0,5.

Tabel 8. Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Experience</i>	0.867
<i>Image</i>	0.908
<i>Intention to Use</i>	0.813
<i>Job Relevance</i>	0.831
<i>Ouput Quality</i>	0.901
<i>Perceived Ease of Use</i>	0.930
<i>Perceived Usefulness</i>	0.808
<i>Result Demonstrability</i>	0.917
<i>experience</i>	0,867
<i>Voluntrsiness</i>	0,813
<i>Subjective Norm</i>	0.755
<i>Usage Behaviour</i>	0.650



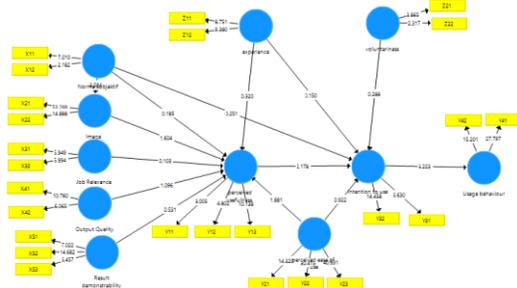
Gambar 2. Model SEM PLS

**Uji Discriminant Validity**

Untuk uji *discriminant validity*, parameter yang digunakan adalah dengan membandingkan skor *loading* pada masing-masing indikator di suatu konstruk harus lebih tinggi dibanding dengan indikator pada konstruk lain.

**Boostrapping**

Setelah melakukan tahapan *outer model* dan *inner model* maka tahap selanjutnya melakukan bootstrapping. *Bootstrapping* dilakukan dengan cara menguji setiap hubungan antar variabel terhadap sampel yang digunakan. Hasil *bootstrapping*



Gambar 3. *Boostrapping*

Berdasarkan gambar 3 menunjukkan bahwa terdapat 3 variabel yang dikatakan berpengaruh terhadap variabel lain. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 9 dengan melihat nilai T-Static lebih besar dari 1,96 atau p-value lebih kecil dari 0,1

Tabel 9. *Path Coeficient*

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	
Image -> perceived usefulness	0,292	0,303	0,182	1,604	0,109	Tidak Berpengaruh
Job Relevance -> perceived usefulness	-0,033	-0,045	0,320	0,103	0,918	Tidak Berpengaruh
Norma Subjektif -> Image	0,404	0,417	0,115	3,524	0,000	Berpengaruh
Norma Subjektif -> intention to use	-0,042	-0,036	0,169	0,251	0,802	Tidak Berpengaruh

Norma Subjektif -> perceived usefulness	0,036	0,054	0,196	0,185	0,854	Tidak Berpengaruh
Output Quality -> perceived usefulness	0,276	0,299	0,252	1,096	0,274	Tidak Berpengaruh
Result demonstrability -> perceived usefulness	-0,104	-0,083	0,196	0,531	0,596	Tidak Berpengaruh
experience -> intention to use	0,030	0,040	0,197	0,150	0,881	Tidak Berpengaruh
experience -> perceived usefulness	0,049	0,015	0,153	0,320	0,749	Tidak Berpengaruh
intention to use -> Usage behaviour	0,570	0,576	0,092	6,223	0,000	Berpengaruh
perceived ease of use -> intention to use	0,175	0,152	0,190	0,922	0,357	Tidak Berpengaruh
perceived ease of use -> perceived usefulness	0,321	0,294	0,171	1,881	0,061	Berpengaruh
perceived usefulness -> intention to use	0,393	0,418	0,180	2,178	0,030	Berpengaruh
voluntariness -> intention to use	0,048	0,068	0,167	0,288	0,773	Tidak Berpengaruh
Image -> perceived usefulness	0,292	0,303	0,182	1,604	0,109	Tidak Berpengaruh

Setelah mengetahui variabel yang berpengaruh secara langsung dengan melihat path coefisient maka tahap selanjutnya mencari variabel yang berpengaruh secara tidak langsung dengan melihat tabel *Indirect Effect* pada tabel 10.

Tabel 10. *Indirect Effect*

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P-Values
Image -> Usage behaviour	0,065	0,075	0,058	1,136	0,256
Image -> intention to use	0,115	0,130	0,096	1,191	0,234
Image -> perceived usefulness					
Job Relevance -> Usage behaviour	-0,007	-0,003	0,085	0,086	0,931
Job Relevance -> intention to use	-0,013	-0,004	0,145	0,089	0,929
Job Relevance -> perceived usefulness					
Norma Subjektif -> Image					
Norma Subjektif -> Usage behaviour	0,010	0,024	0,088	0,118	0,906
Norma Subjektif -> intention to use	0,061	0,079	0,090	0,673	0,502
Norma Subjektif -> perceived usefulness	0,118	0,121	0,081	1,451	0,147
Output Quality -> Usage behaviour	0,062	0,069	0,072	0,863	0,389
Output Quality -> intention to use	0,108	0,122	0,123	0,883	0,377
Output Quality -> perceived usefulness					
Result demonstrability -> Usage behaviour	-0,023	-0,020	0,051	0,454	0,650
Result demonstrability -> intention to use	-0,041	-0,038	0,093	0,441	0,660
Result demonstrability -> perceived usefulness					
experience -> Usage behaviour	0,028	0,027	0,113	0,246	0,806
experience -> intention to use	0,019	0,004	0,064	0,298	0,766
experience -> perceived usefulness					
intention to use -> Usage behaviour					
perceived ease of use -> Usage behaviour	0,172	0,162	0,114	1,506	0,133
perceived ease of use -> intention to use	0,126	0,120	0,087	1,451	0,148
perceived ease of use -> perceived usefulness					
perceived usefulness -> Usage behaviour	0,224	0,239	0,109	2,059	0,040
perceived usefulness -> intention to use					
voluntariness -> Usage behaviour	0,027	0,038	0,097	0,283	0,777
voluntariness -> intention to use					
Image -> Usage behaviour	0,065	0,075	0,058	1,136	0,256
Image -> intention to use	0,115	0,130	0,096	1,191	0,234
Image -> perceived usefulness					

Berdasarkan nilai P-values yang dihasilkan yang berpengaruh secara tidak langsung adalah Perceived usefulness terhadap Usage behaviour dikarenakan nilai P-values sebesar  $0,040 < 0,1$ . Setelah *path coeficient* dan *indirect effect* telah diketahui maka langkah selanjutnya adalah penjumlahan antara *path coeficient* dengan *indirect effect* untuk mengetahui *total effect*.

Untuk mengetahui antar variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan dapat dilihat dari *p-value*. Jika *p-value* lebih kecil dari 0,1 maka pengaruh pada variabel tersebut dapat dikatakan signifikan, begitu pula sebaliknya jika *p-value* lebih besar dari 0,1 maka pengaruh pada variabel tersebut dikatakan tidak signifikan. Hasil dari *total effect* dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11. *Total Effect*

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics ((O/STDEV))	P-Values	Keterangan
Image -> Usage behaviour	0,065	0,075	0,058	1,136	0,256	Tidak Berpengaruh
Image -> intention to use	0,115	0,130	0,096	1,191	0,234	Tidak Berpengaruh
Image -> perceived usefulness	0,292	0,303	0,182	1,604	0,109	Tidak Berpengaruh
Job Relevance -> Usage behaviour	-0,007	-0,003	0,085	0,086	0,931	Tidak Berpengaruh
Job Relevance -> intention to use	-0,013	-0,004	0,145	0,089	0,929	Tidak Berpengaruh
Job Relevance -> perceived usefulness	-0,033	-0,045	0,320	0,103	0,918	Tidak Berpengaruh
Norma Subjektif -> Image	0,404	0,417	0,115	3,524	0,000	Berpengaruh
Norma Subjektif -> Usage behaviour	0,010	0,024	0,088	0,118	0,906	Tidak Berpengaruh
Norma Subjektif -> intention to use	0,018	0,043	0,153	0,118	0,906	Tidak Berpengaruh
Norma Subjektif -> perceived usefulness	0,154	0,175	0,174	0,884	0,377	Tidak Berpengaruh
Output Quality -> Usage behaviour	0,062	0,069	0,072	0,863	0,389	Tidak Berpengaruh
Output Quality -> intention to use	0,108	0,122	0,123	0,883	0,377	Tidak Berpengaruh
Output Quality -> perceived usefulness	0,276	0,299	0,252	1,096	0,274	Tidak Berpengaruh
Result demonstrability -> Usage behaviour	-0,023	-0,020	0,051	0,454	0,650	Tidak Berpengaruh
Result demonstrability -> intention to use	-0,041	-0,038	0,093	0,441	0,660	Tidak Berpengaruh
Result demonstrability -> perceived usefulness	-0,104	-0,083	0,196	0,531	0,596	Tidak Berpengaruh
experience -> Usage behaviour	0,028	0,027	0,113	0,246	0,806	Tidak Berpengaruh

experience -> intention to use	0,049	0,044	0,199	0,246	0,806	Tidak Berpengaruh
experience -> perceived usefulness	0,049	0,015	0,153	0,320	0,749	Tidak Berpengaruh
intention to use -> Usage behaviour	0,570	0,578	0,092	6,223	0,000	Berpengaruh
perceived ease of use -> Usage behaviour	0,172	0,162	0,114	1,506	0,133	Tidak Berpengaruh
perceived ease of use -> intention to use	0,301	0,272	0,181	1,666	0,098	Berpengaruh
perceived ease of use -> perceived usefulness	0,321	0,294	0,171	1,881	0,061	Berpengaruh
perceived usefulness -> Usage behaviour	0,224	0,239	0,109	2,059	0,040	Berpengaruh
perceived usefulness -> intention to use	0,393	0,418	0,180	2,178	0,030	Berpengaruh
voluntariness -> Usage behaviour	0,027	0,038	0,097	0,283	0,777	Tidak Berpengaruh
voluntariness -> intention to use	0,048	0,068	0,167	0,288	0,773	Tidak Berpengaruh

Berdasarkan tabel diatas terdapat pengaruh dari variabel *Subjective Norm* terhadap *Image*, *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*, *Perceived ease of use* terhadap *Perceived Usefulness*, *Perceived ease of use* terhadap *Intention to Use* dan *Intention to Use* terhadap *Usage Behaviour*.

**DESAIN**

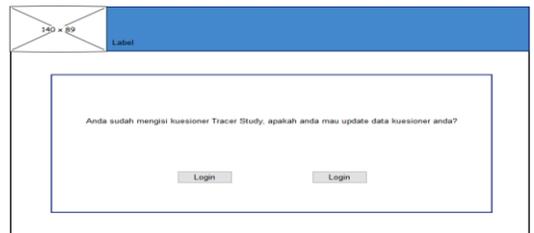
Setelah selesai melakukan analisis terhadap tingkat penerimaan Tracer Study Stikom, selanjutnya adalah memberikan saran perbaikan desain tampilan Website Tracer Study Stikom berdasarkan feedback pengguna dari kuesioner yang telah disebar. Feedback yang diambil sebagai acuan dalam saran perbaikan desain tampilan ini adalah sebagai berikut :

1. Hrus dapat di update, hrus mempunyai pengamanan untuk privasi kerja/data seseorang, hatus mudah di akses dan digunakan.
2. Mengenai password mungkin para alumni beberapa ada yang lupa bagaimana memberikan password ke beberapa alumni?
3. coba lebih didetail lagi keuntungan yang diperoleh oleh pihak alumni maupun pihak kampus dari aplikasi ini. Sehingga terlihat lebih jelas tujuan dari aplikasi ini dibuat (kurang jelas fungsi utamanya).

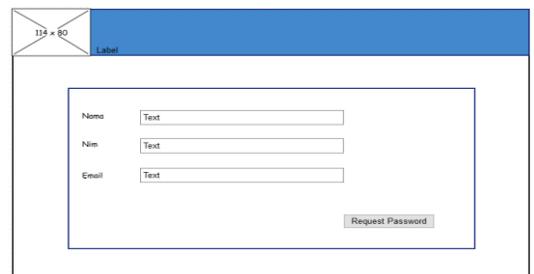
Berikut adalah sketch dari desain tampilan yang mengacu berdasarkan feedback dari user.



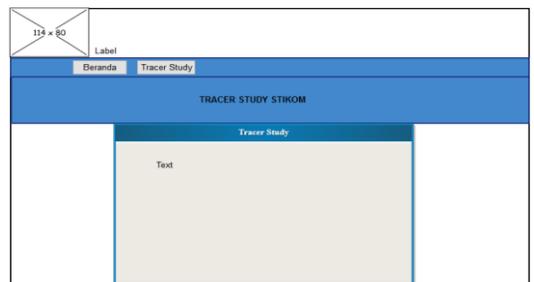
Gambar 4. Sketch halaman login



Gambar 5. Sketch Update Data

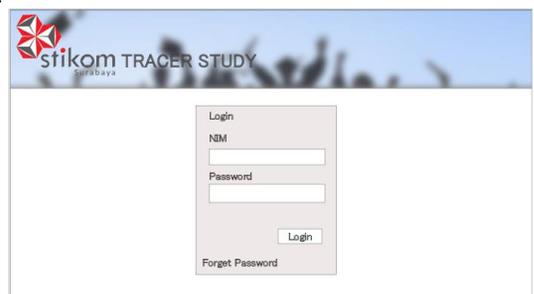


Gambar 6. Sketch Request Password

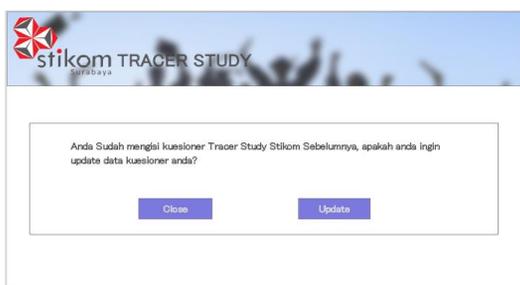


Gambar 7. Sketch Beranda

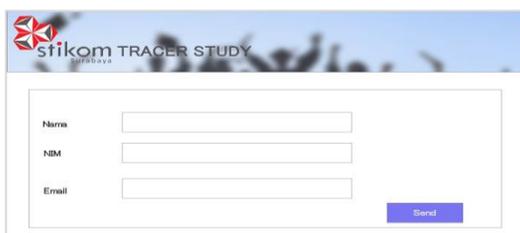
Berikut adalah desain tampilan yang dibuat berdasarkan sketch dan feedback dari user.



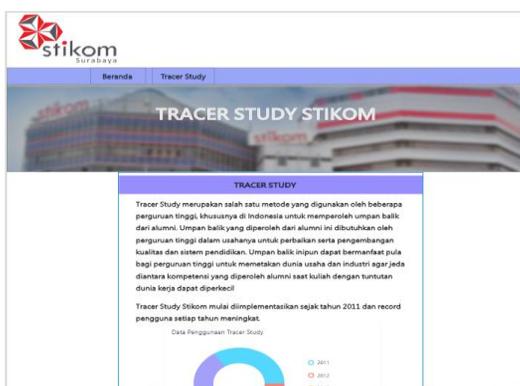
Gambar 8. Desain Login



Gambar 9. Desain Update Data



Gambar 10. Desain Request Password



Gambar 11. Desain beranda

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Stikom Career Center (SCC) Stikom Surabaya terdapat 2 tujuan yang sudah tercapai yaitu:

1. Hasil analisis penerimaan aplikasi *Tracer Study* pada SCC Surabaya menggunakan metode *Technology Acceptance Model 2* adalah sebagai berikut:
  - a. *Subjective Norm* berpengaruh positif terhadap *Image* artinya setiap peningkatan persepsi manusia (*Subjective Norm*) maka akan meningkatkan faktor *Image*.
  - b. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* yang artinya setiap peningkatan *Perceived Usefulness* maka akan meningkatkan faktor *Intention to Use*.

- c. *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* yang artinya setiap peningkatan *Perceived Usefulness* maka akan meningkatkan faktor *Intention to Use*.
- d. *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* yang artinya setiap peningkatan *Perceived Usefulness* maka akan meningkatkan faktor *Perceived Usefulness*.
- e. *Intention to use* berpengaruh positif terhadap *Usage Behaviour* yang artinya setiap peningkatan *Perceived Usefulness* maka akan meningkatkan faktor *Perceived Usefulness*.
- f. *Perceived Usefulness* berpengaruh secara tidak langsung terhadap *Usage Behaviour* yang di pengaruhi oleh *Intention to Use*, artinya setiap peningkatan persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) melalui minat menggunakan (*Intention to Use*) maka akan meningkatkan faktor *Usage Behaviour*.

2. Rekomendasi yang diberikan kepada Kepala Stikom Career Center (SCC) Stikom Surabaya berdasarkan penggunaan Metode TAM 2 yaitu :

- a. Stikom Career Center (SCC) harus lebih meningkatkan Variabel *Subjective Norm*
- b. Stikom Career Center (SCC) harus lebih meningkatkan Variabel *perceived usefulness* pada konten dan desain agar meningkatkan pengaruh terhadap variable *Intention to Use*
- c. Stikom Career Center (SCC) harus lebih memperhatikan Variabel *perceived ease of use* sebagai moderator antara *perceived usefulness* dan *intention to use* dalam hal persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan aplikasi *Tracer Study* yaitu pada penyajian isi konten dan desain agar meningkatkan pengaruh terhadap variable *intention to use*,
- d. Stikom Career Center (SCC) harus lebih memperhatikan Variabel *perceived ease of use* sebagai moderator antara *intention to use* dan *usage behaviour* dalam hal persepsi pengguna terhadap kemudahan

- penggunaan aplikasi *Tracer Study* yaitu pada penyajian isi konten dan desain agar meningkatkan pengaruh terhadap variable *Usage Behaviour*.
- e. Stikom Career Center (SCC) harus lebih meningkatkan Variabel *Intention to Use* pada konten dan desain agar meningkatkan pengaruh terhadap variable *Usage Behaviour*
  - f. Stikom Career Center (SCC) harus lebih memperhatikan Variabel *Intention to Use* sebagai moderator antara *perceived usefulness* dan *Usage Behaviour* dalam hal minat pengguna dalam menggunakan aplikasi *Tracer Study* yaitu pada penyajian isi konten dan desain agar meningkatkan pengaruh terhadap variable *Usage Behaviour*.
  - g. Stikom Career Center (SCC) sebaiknya memberikan fungsi update ketika alumni ingin memperbarui data kondisi alumni yang terbaru berdasarkan saran yang diberikan oleh alumni.
  - h. Stikom Career Center (SCC) sebaiknya memberikan fungsi ketika alumni lupa password berdasarkan saran yang diberikan oleh alumni.

## RUJUKAN

- Ananda Sabil Hussein, S. M. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Azwar, S. (2005). *Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barker, C., Pistrang, N., & Elliot, R. (2002). *Research Methods in Clinical Psychology*. England.
- Desika, R. (2016). *Hubungan Keaktifan Mengikuti Ekstrakurikuler Kecil Menanam Dewasa Menganan (Kmdm) dan Sikap Dengan Perilaku Peduli Lingkungan Hidup Siswa Madrasah Tsanawiyah Kesuma Sumbersari Kabupaten Lampung Selatan Tahun Ajaran 2015/2016*. Bandar Lampung: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gefen, D., & Straub, D. (2004). *Consumer Trust in B2C e-Commerce and The Importance of social presence: Experimence in e-Product and e-Service*. Omega 32 , 407 – 424.
- Ghozali, I. (2002). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modelling, Edisi II*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, e. a. (2010). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Khurosidin, M., Sulistiowati, & Lemantara, J. (2017). *Analisis Penerimaan Aplikasi pembelajaran Logika dan Desain Pemrograman dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model 2*. Surabaya: Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
- McDaniel, D., & Gates, R. (2013). *Riset Pemasaran Kontemporer*. Jakarta : Selemba Empat.
- Nielsen, A. (2000). EPIC Dimensions of advertising Effectiveness. *AC Nielsen Ads@work*.
- Nurwansyah. (2010). *In Sistem Informasi Alumni Berbasis Web Program Studi Diploma 3 Ilmu Komputer Universitas sumatra utara*. Medan: Universitas Sumatra Utara.
- Park, S. Y. (2009). An Analysis of the Technology Acceptance Model in Understanding University Students' Behavioral Intention to Use e-Learning.

*Educational technology & society*,  
12(3), 150-160.

Schomburg, H. (2003). *In Handbook for Graduate Tracer Study*. Germany: Wissenschaftliches Zentrum für Berufs- und Hochschulforschung, Universität Kassel.

Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.

Teo, T. (2011). *Technology Acceptance in Education: Research and Issues*. Netherlands: Sense Publishers.

Vankatesh, V., & Davis, F. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal. *management science*, 46(2):186-204.

Wexler, J. (2001). why computer user accept new system. *MIT sloan management review*, 17.

Wijayanto, S. H. (2008). *Structural Equation Modeling dengan LISREL 8.8*. Yogyakarta: Graha Ilmu.