

**LAPORAN PENELITIAN**

**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN INTERNET SEBAGAI MEDIA  
INFORMASI PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI MIKRO KECIL  
DKI JAKARTA**

**Abdul Harif Siswanto**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS SAHID JAKARTA  
2021**

# EFEKTIVITAS PENGGUNAAN INTERNET SEBAGAI MEDIA INFORMASI PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI MIKRO KECIL DKI JAKARTA

Abdul Harif Siswanto

## Abstrak

Peran penting internet

Internet menjadi media informasi utama dalam berbagai aktivitas usaha industri. Internet dimanfaatkan industri sebagai media untuk menyebarluaskan informasi dan/atau mendapatkan informasi penting untuk pengembangan usaha. Internet yang terkoneksi ke jaringan komputer di seluruh dunia menjadi media informasi yang sangat efektif untuk meningkatkan kinerja usaha industri. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan efektivitas penggunaan internet sebagai media informasi pengembangan usaha industri mikro kecil DKI Jakarta.

Kerangka berpikir penelitian menggunakan teori/konsep “Porter’s Five Forces framework”, dimana dalam konteks persaingan, teknologi internet dapat memperkuat/meningkatkan keunggulan kompetitif menjadi lebih berharga.

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah metode eksplanatif, menggunakan data panel 44 observasi yang disusun dari data survey tahunan Profil Industri Mikro Kecil yang dilakukan Badan Pusat statistik 2017-2018.

Uji estimasi model menggunakan Eviews terpilih model regresi Random Effect Model,  $Y = 37873,81 + 3080,67 X$ . Artinya penggunaan internet sebagai informasi pengembangan usaha berpengaruh positif terhadap keuntungan perusahaan. Uji validasi Asumsi Klasik untuk memperoleh model *Best Linier Unbias and Estimator (BLUE)* diperoleh hasil : model tidak berdistribusi normal, terdapat multikolenieritas dan heteroskedastisitas, dan tidak ada autokorelasi.

Rekomendasi penelitian menghimbau kepada Pemerintah daerah DKI Jakarta untuk terus meningkatkan pemberian fasilitas sarana prasarana penggunaan internet kepada IMK

Kata kunci : Internet, Media Informasi, Industri.

## **I. Pendahuluan**

Pada era globalisasi, internet memiliki peran yang sangat strategis dalam pengembangan usaha Industri. Internet yang tersambung dalam jaringan komputer di seluruh dunia mampu mendistribusikan informasi secara cepat ke banyak khalayak sasaran dalam waktu bersamaan. Internet yang saat ini banyak digunakan masyarakat sebagai media komunikasi dan informasi sangat tepat dimanfaatkan pelaku usaha untuk menyebarluaskan informasi tentang prestasi perusahaan, produk, dan kualitas layanan untuk membangun permintaan dan memperluas pangsa pasar. Internet juga dimanfaatkan pelaku usaha sebagai sumber informasi tentang pasar potensial, bahan baku, tenaga kerja, kerjasama kemitraan, pembiayaan usaha, dan informasi penting lainnya untuk pengembangan usaha. Penggunaan internet yang update informasi setiap saat dan memiliki banyak sumber informasi akan memudahkan pelaku usaha membaca situasi dan menganalisis dinamika pasar.

Keberhasilan pengembangan usaha membutuhkan dukungan pengelolaan sistem informasi bisnis. Perusahaan membutuhkan dukungan sarana prasarana penggunaan internet dan dukungan sumber daya manusia untuk bisa mengoperasikan sistem komunikasi/informasi usaha. Dukungan itu penting agar perusahaan bisa mengikuti perkembangan pasar dan bisa berkomunikasi dengan publik eksternal untuk pembinaan relationshipnya.

Industri Mikro Kecil (IMK) yang memiliki banyak keterbatasan menghadapi kesulitan untuk bisa mengelola sistem informasi usahanya secara baik. Keterbatasan sumber daya, tingkat pendidikan, dan keterampilan pelaku usaha IMK menjadi penyebab utama IMK tidak bisa memiliki sistem informasi bisnis dan/atau tidak memanfaatkan internet sebagai media informasi usahanya. Pada tahun 2018, sebanyak 37.850 usaha IMK DKI Jakarta yang menggunakan internet dalam kegiatan usahanya sebanyak 12.083 usaha IMK (32 persen), dan yang memanfaatkan internet sebagai media/sumber informasi usaha sebanyak 5.006 usaha IMK (13 persen). Kecilnya persentasi penggunaan internet oleh IMK dalam pengembangan usahanya, juga disebabkan karena pada umumnya IMK dikelola sebagai home industri yang tidak memiliki visi untuk mengembangkan usahanya lebih maju, tetapi lebih semata untuk memenuhi kebutuhan hidup keseharian keluarganya.

## II. Kerangka pemikiran

Komunikasi adalah suatu proses distribusi informasi yang ditujukan untuk menciptakan pengetahuan dan perubahan perilaku khalayak sasaran. Komunikasi yang dilakukan pelaku usaha kepada khalayak eksternal ditujukan untuk menyebarluaskan informasi bisnis untuk membangun kesadaran tentang perusahaan, produk, dan layanan yang penting diketahui dan memberi keuntungan kepada khalayak. Komunikasi yang menyampaikan informasi yang menguntungkan akan direspon positif oleh khalayak. Menurut Hovland (Onong Uchjana Effendi, 2011) *communication is the process to modify the behavior of other individuals*. Kemudian Laswel (Deddy Mulyana, 2012) membuat formula komunikasi yang efektif, yakni “*Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect?*”

Penggunaan internet yang dilakukan pelaku usaha IMK untuk menyebarluaskan informasi kepada khalayak luas merupakan suatu proses komunikasi. Karakteristik internet sebagai media informasi yang mampu mendistribusikan informasi secara serentak kepada khalayak luas dengan kecepatan tinggi, bersifat interaktif, pesannya terdokumentasi, dan *low cost* sangat efektif dijadikan sebagai media komunikasi/informasi bisnis IMK. Sehingga penggunaan internet berdampak pada peningkatan daya saing IMK. Menurut Berthon et al., (1997) Internet (World Wide Web, WWW) memiliki kecepatan transfer informasi yang tinggi, tingkat interaksi yang tinggi, penghapusan batasan ruang dan waktu fisik dan tingkat fleksibilitas dan ubiquity yang tinggi, sehingga menurut Morris et al., (1997) perkembangan dan penggunaan Internet telah mengubah struktur saluran pemasaran klasik.

Penggunaan internet sebagai media informasi berdampak positif bagi pengembangan usaha IMK. Penggunaan internet akan meningkatkan daya saing, menciptakan peluang, kemudahan transaksi, dan biaya operasional yang murah (Williams, 1990). Kemampuan internet yang bisa menjangkau khalayak luas secara serentak dalam waktu bersamaan akan meningkatkan daya saing dan peluang IMK memperluas pangsa pasar global yang umumnya didominasi oleh perusahaan besar. Penggunaan internet yang berbiaya rendah juga memberikan kemudahan pada IMK untuk berkomunikasi dan mendistribusikan informasi secara intensif kepada semua orang diseluruh dunia yang terjangkau jaringan internet.

Jaringan internet yang mentransmisikan informasi yang bersifat multimedia meningkatkan daya tarik dan daya persuasi kepada khalayak sasaran (Watson et al., 1998). Berdasarkan model AIDA, terpaaan informasi secara intensif akan membangkitkan perhatian dan ketertarikan khalayak kepada informasi dan benefit yang ditawarkan. Hingga, ketika

khalayak pada akhirnya yakin dengan argumentasi pesan yang disampaikan, khalayak pun akan melakukan tindakan sesuai dengan harapan pengirim pesan. Artinya, penggunaan internet secara efektif merupakan tantangan sekaligus peluang bagi IMK untuk memajukan usaha bisnisnya. Porter yang terkenal dengan teorinya “Porter’s Five Forces framework”, memberikan pandangan bahwa dalam konteks persaingan, teknologi internet dapat memperkuat/meningkatkan keunggulan kompetitif menjadi lebih berharga.

Berdasarkan kerangka pemikiran dimaksud, dapat dibangun suatu hipotesis bahwa penggunaan internet sebagai media informasi pengembangan usaha dapat meningkatkan kinerja perusahaan IMK.

### **III. Metodologi Penelitian**

Dalam penelitian ini digunakan metode eksplanatif, yang ditujukan untuk menjelaskan pengaruh penggunaan internet sebagai media informasi terhadap kinerja usaha IMK.

Data penelitian berupa data sekunder yang disusun dalam bentuk data panel (*pooled data*). Berasal dari laporan tahunan survey profil Industri Mikro Kecil Pemerintah Daerah DKI Jakarta 2017-2018. Sedangkan Metode analisis data dilakukan dengan metode *descriptive analisis* dan *Inductive analisis*. Sedangkan Estimasi Model Persamaan structural dilakukan dengan metode *Two-Stage Least Square (TSLS)*.

Tahapan pengambilan konklusi dan penetapan model dilakukan melalui uji estimasi model yang dilakukan dengan menggunakan tiga model analisis, yaitu: (1) Common Model, (2) Fixed Effect Model, dan (3) Random Effect Model. Sedangkan untuk memperoleh model yang bersifat best linier unbiased and estimator (BLUE), dilakukan melalui uji validitas asumsi klasik yang meliputi : uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas (Gujarati, 2004).

#### IV. Hasil dan Pembahasan

Data obyek penelitian yang meliputi data laporan survey Profil Industri Mikro Kecil DKI Jakarta tahun 2017-2018 disusun dalam bentuk data panel. Dimana data cross sectionnya berupa data Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KLBI) yang berjumlah 22 jenis, sedangkan data time seriesnya berupa jumlah tahun data, yaitu 2017 dan 2018.

Tabel 1

Distribusi Data Keuntungan Usaha dan Penggunaan Internet  
Industri Mikro Kecil DKI Jakarta Tahun 2017-2018

Tahun	Y Keuntungan Usaha	X Penggunaan Internet sebagai Media Informasi
1 - 17	2025593	370
1 - 18	1168240	335
2 - 17	137461	39
2 - 18	92272	103
3 - 17	147251	0
3 - 18	225317	184
4 - 17	11353776	2884
4 - 18	4337862	1932
5 - 17	1165259	237
5 - 18	378872	171
6 - 17	474647	37
6 - 18	191148	65
7 - 17	84272	0
7 - 18	39207	21
8 - 17	3735888	1326
8 - 18	1036998	1134
9 - 17	11414	0
9 - 18	13989	18
10 - 17	962	0
10 - 18	11853	0
11 - 17	1161877	0
11 - 18	150394	28
12 - 17	43821	0
12 - 18	36959	89
13 - 17	95062	86
13 - 18	1007	11
14 - 17	6002881	422
14 - 18	495345	292
15 - 17	43031	0
15 - 18	16200	10
16 - 17	66588	0
16 - 18	10242	3
17 - 17	0	0
17 - 18	150050	2
18 - 17	77239	104
18 - 18	10607	9
19 - 17	3584	0
19 - 18	4867	7

20 - 17	2408035	1310
20 - 18	465272	182
21 - 17	232368	82
21 - 18	191051	360
22 - 17	0	0
22 - 18	36896	50

Tahapan pengambilan konklusi dan penetapan model dilakukan melalui uji estimasi model regresi dengan menggunakan tiga uji, yaitu :

- Uji Chow, untuk menentukan model terpilih diantara model Common Effect atau Fixed Effect.
- Uji Hausman, untuk menentukan model terpilih diantara model model Fixed effect dan Random Effect
- Uji Langgrange. Untuk menentukan model terpilih diantara model Common Effect atau model Random effect.

Estimasi model yang dilakukan dengan menggunakan Eviews-12, diperoleh hasil sebagai berikut :

## 1. Uji Chow

Uji Chow ditujukan untuk menentukan model terpilih Common Effect Model (CEM) dan Fixed Effect model (FEM). Jika PValue lebih kecil dari  $\alpha_{0.05}$ , maka Ho (CEM) ditolak dan H1 (FEM) diterima. Berdasarkan Uji Chow, diperoleh nilai Pvalue sebesar 0,7444 berarti lebih besar dari  $\alpha 0.05$ . Jadi model terpilihnya adalah Common Effect Model.

### a. Model Regresi Commonn Effect Model (CEM)

Dependent Variable: Y  
Method: Panel Least Squares  
Date: 09/04/21 Time: 12:01  
Sample: 2017 2018  
Periods included: 2  
Cross-sections included: 22  
Total panel (balanced) observations: 44

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-283618.6	315766.0	-0.898192	0.3793
X	4269.081	997.3562	4.280398	0.0003

#### Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

Root MSE	751767.0	R-squared	0.862237
----------	----------	-----------	----------

Mean dependent var	871264.9	Adjusted R-squared	0.717914
S.D. dependent var	2048846.	S.E. of regression	1088178.
Akaike info criterion	30.94370	Sum squared resid	2.49E+13
Schwarz criterion	31.87634	Log likelihood	-657.7613
Hannan-Quinn criter.	31.28956	F-statistic	5.974356
Durbin-Watson stat	3.826087	Prob(F-statistic)	0.000062

## b. Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests  
Equation: Untitled  
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	0.747813	(21,21)	0.7444
Cross-section Chi-square	24.568061	21	0.2664

Cross-section fixed effects test equation:  
Dependent Variable: Y  
Method: Panel Least Squares  
Date: 09/04/21 Time: 12:01  
Sample: 2017 2018  
Periods included: 2  
Cross-sections included: 22  
Total panel (balanced) observations: 44

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	37873.81	169597.2	0.223316	0.8244
X	3080.670	267.7018	11.50784	0.0000

Root MSE	993872.5	R-squared	0.759216
Mean dependent var	871264.9	Adjusted R-squared	0.753483
S.D. dependent var	2048846.	S.E. of regression	1017261.
Akaike info criterion	30.54751	Sum squared resid	4.35E+13
Schwarz criterion	30.62861	Log likelihood	-670.0453
Hannan-Quinn criter.	30.57759	F-statistic	132.4304
Durbin-Watson stat	2.337076	Prob(F-statistic)	0.000000

## 2. Uji Hausman

Uji Hausman ditujukan untuk menentukan model terpilih Fixed Effect Model (FEM) atau Random Effect model (REM). Jika PValue lebih kecil dari  $\alpha 0.05$ , maka  $H_0$  (FEM) ditolak dan  $H_1$  (REM) diterima. Berdasarkan Uji Hausman, diperoleh nilai Pvalue sebesar 0,2135 berarti lebih besar dari  $\alpha 0.05$ . Jadi model terpilihnya adalah Random Effect Model (REM).

### a. Model Regresi Random Effect Model (REM)

Dependent Variable: Y  
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)



Date: 09/04/21 Time: 12:02  
 Sample: 2017 2018  
 Periods included: 2  
 Cross-sections included: 22  
 Total panel (balanced) observations: 44  
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	37873.81	181420.4	0.208763	0.8356
X	3080.670	286.3643	10.75787	0.0000

Effects Specification		S.D.	Rho
Cross-section random		0.000000	0.0000
Idiosyncratic random		1088178.	1.0000

Weighted Statistics			
Root MSE	993872.5	R-squared	0.759216
Mean dependent var	871264.9	Adjusted R-squared	0.753483
S.D. dependent var	2048846.	S.E. of regression	1017261.
Sum squared resid	4.35E+13	F-statistic	132.4304
Durbin-Watson stat	2.337076	Prob(F-statistic)	0.000000

Unweighted Statistics			
R-squared	0.759216	Mean dependent var	871264.9
Sum squared resid	4.35E+13	Durbin-Watson stat	2.337076

b. Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test  
 Equation: Untitled  
 Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	1.547387	1	0.2135

\*\* WARNING: estimated cross-section random effects variance is zero.

Cross-section random effects test comparisons:

Variable	Fixed	Random	Var(Diff.)	Prob.
X	4269.08149	5 3080.669521	912714.9153	0.2135

Cross-section random effects test equation:  
 Dependent Variable: Y  
 Method: Panel Least Squares  
 Date: 09/04/21 Time: 12:03  
 Sample: 2017 2018  
 Periods included: 2  
 Cross-sections included: 22  
 Total panel (balanced) observations: 44

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
----------	-------------	------------	-------------	-------

C	-283618.6	315766.0	-0.898192	0.3793
X	4269.081	997.3562	4.280398	0.0003

#### Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

Root MSE	751767.0	R-squared	0.862237
Mean dependent var	871264.9	Adjusted R-squared	0.717914
S.D. dependent var	2048846.	S.E. of regression	1088178.
Akaike info criterion	30.94370	Sum squared resid	2.49E+13
Schwarz criterion	31.87634	Log likelihood	-657.7613
Hannan-Quinn criter.	31.28956	F-statistic	5.974356
Durbin-Watson stat	3.826087	Prob(F-statistic)	0.000062

### 3. Uji Langgrange

Uji Langgrange dilakukan jika uji Chow dan uji Hausman menghasilkan kesimpulan model terpilih yang berbeda. Uji Hausman untuk menentukan model terbaik yang terpilih Common Effect Model (CEM) atau Random Effect Model (REM). Jika nilai Pvalue (Breusch-Pagan) lebih kecil dari  $\alpha 0.05$  maka  $H_0$  (CEM) ditolak dan  $H_1$  (REM) diterima. Berdasarkan uji Langgrange nilai Pvalue BreuschPagan  $0.2985 > P \alpha 0.05$ , maka model terpilih adalah Random Effect Model (REM).

Dependent Variable: Y  
Method: Panel Least Squares  
Date: 09/04/21 Time: 12:05  
Sample: 2017 2018  
Periods included: 2  
Cross-sections included: 22  
Total panel (balanced) observations: 44

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	37873.81	169597.2	0.223316	0.8244
X	3080.670	267.7018	11.50784	0.0000

Root MSE	993872.5	R-squared	0.759216
Mean dependent var	871264.9	Adjusted R-squared	0.753483
S.D. dependent var	2048846.	S.E. of regression	1017261.
Akaike info criterion	30.54751	Sum squared resid	4.35E+13
Schwarz criterion	30.62861	Log likelihood	-670.0453
Hannan-Quinn criter.	30.57759	F-statistic	132.4304
Durbin-Watson stat	2.337076	Prob(F-statistic)	0.000000

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects

Null hypotheses: No effects

Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both

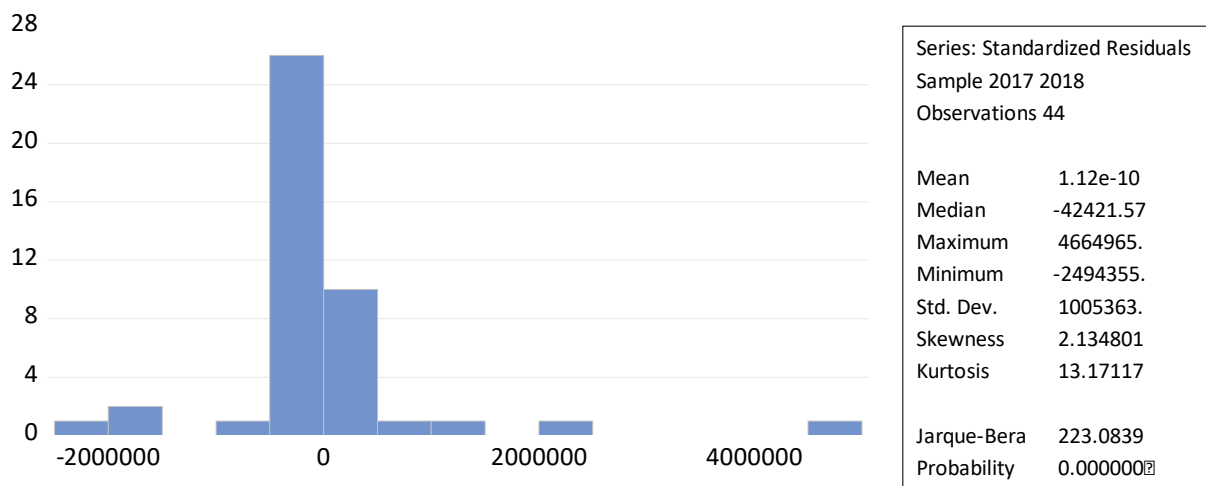
Breusch-Pagan	1.080864 (0.2985)	1.992647 (0.1581)	3.073511 (0.0796)
Honda	-1.039646 (0.8507)	1.411611 (0.0790)	0.263019 (0.3963)
King-Wu	-1.039646 (0.8507)	1.411611 (0.0790)	1.157503 (0.1235)
Standardized Honda	-0.838536 (0.7991)	2.613436 (0.0045)	-4.066720 (1.0000)
Standardized King-Wu	-0.838536 (0.7991)	2.613436 (0.0045)	-0.449454 (0.6734)
Gourieroux, et al.	--	--	1.992647 (0.1713)

Sehingga Persamaan Struktural Random Effect Model (REM) dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = 37873.81 + 3080.67 X$$

Selanjutnya dilakukan uji validasi model melalui uji Asumsi Klasik untuk memperoleh model yang bersifat best linier unbiased and estimator (BLUE), yang meliputi : Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi, dan Uji Heteroskedastisitas.

### 1. Uji Normalitas



Uji Normalitas menghasilkan Pvalue Jarque-Bera Probability  $0.0000 < P < \alpha 0.05$ .  
Sehingga dapat disimpulkan data tidak berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolenieritas

### Uji Multikolenieritas

X	
X	1.000000

Uji Multikolenieritas menghasilkan Pvalue = 1 > p0.8. Sehingga dapat disimpulkan terdapat multikolenieritas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Dependent Variable: RESABS  
 Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)  
 Date: 09/04/21 Time: 12:36  
 Sample: 2017 2018  
 Periods included: 2  
 Cross-sections included: 22  
 Total panel (balanced) observations: 44  
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	214340.1	127213.6	1.684883	0.0994
X	923.9478	200.8012	4.601306	0.0000

Effects Specification			
		S.D.	Rho
Cross-section random		0.000000	0.0000
Idiosyncratic random		763040.2	1.0000

Weighted Statistics			
Root MSE	701469.4	R-squared	0.362798
Mean dependent var	464289.0	Adjusted R-squared	0.347626
S.D. dependent var	888918.9	S.E. of regression	717976.9
Sum squared resid	2.17E+13	F-statistic	23.91312
Durbin-Watson stat	2.184181	Prob(F-statistic)	0.000015

Unweighted Statistics			
R-squared	0.362798	Mean dependent var	464289.0
Sum squared resid	2.17E+13	Durbin-Watson stat	2.184181

Dependent Variable: RESABS  
 Method: Panel Least Squares  
 Date: 09/04/21 Time: 12:29  
 Sample: 2017 2018  
 Periods included: 2  
 Cross-sections included: 22

Total panel (balanced) observations: 44

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	124001.3	221418.0	0.560033	0.5814
X	1257.890	699.3551	1.798642	0.0865

#### Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

Root MSE	527145.8	R-squared	0.640150
Mean dependent var	464289.0	Adjusted R-squared	0.263165
S.D. dependent var	888918.9	S.E. of regression	763040.2
Akaike info criterion	30.23380	Sum squared resid	1.22E+13
Schwarz criterion	31.16644	Log likelihood	-642.1435
Hannan-Quinn criter.	30.57967	F-statistic	1.698076
Durbin-Watson stat	3.826087	Prob(F-statistic)	0.114993

Uji Heteroskedastisitas diperoleh nilai Pvalue  $0,000 < \alpha 0.05$ . Sehingga dapat disimpulkan terdapat heteroskedastisitas.

## 4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi - Random Effect Model

Dependent Variable: Y  
 Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)  
 Date: 09/04/21 Time: 12:46  
 Sample: 2017 2018  
 Periods included: 2  
 Cross-sections included: 22  
 Total panel (balanced) observations: 44  
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	37873.81	181420.4	0.208763	0.8356
X	3080.670	286.3643	10.75787	0.0000

#### Effects Specification

	S.D.	Rho
Cross-section random	0.000000	0.0000
Idiosyncratic random	1088178.	1.0000

#### Weighted Statistics

Root MSE	993872.5	R-squared	0.759216
Mean dependent var	871264.9	Adjusted R-squared	0.753483
S.D. dependent var	2048846.	S.E. of regression	1017261.
Sum squared resid	4.35E+13	F-statistic	132.4304
Durbin-Watson stat	2.337076	Prob(F-statistic)	0.000000

#### Unweighted Statistics

R-squared	0.759216	Mean dependent var	871264.9
-----------	----------	--------------------	----------

Berdasarkan Uji Autokorelasi dan angka tabel Durbin-Watson stat diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut :

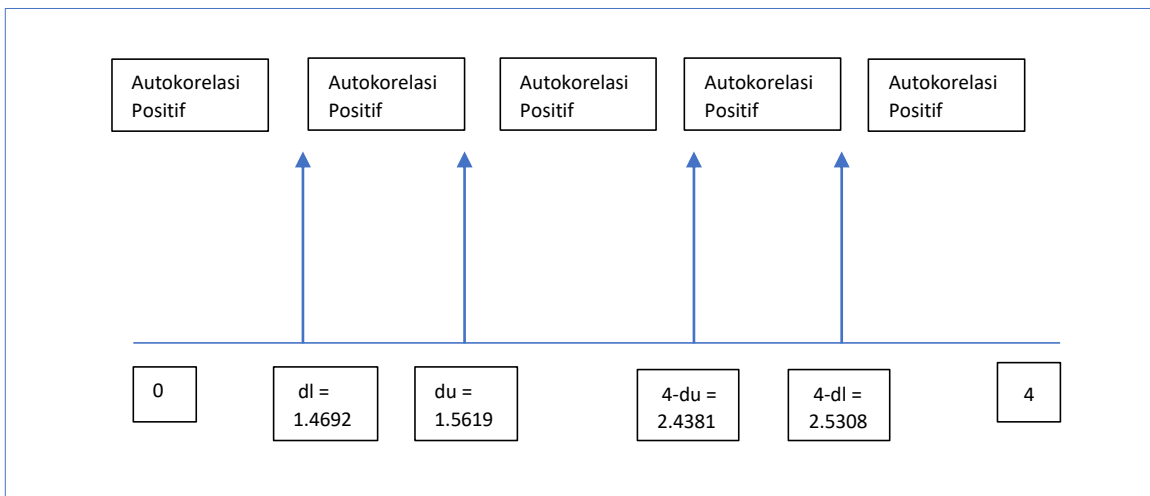
Diketahui :  $Dw = 2.337076$ ,  $K = 1$ , dan Jumlah Observasi = 44

Maka besarnya

$$dl = 1.4692 \text{ dan } du = 1.5619$$

$$4 - dl = 4 - 1.4692 = 2.5308$$

$$4 - du = 4 - 1.5619 = 2.4381$$



Berdasarkan kurva Daurbin-Watson stat, nilai Pvalue Durbin-Watson stat 2.337076 terletak diantara  $4-dl = 2.5308$  dan nilai 4. Maka disimpulkan Autokolrelasi Negatif.

## V. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan Uji Estimasi model dan Uji Asumsi Klasik diatas, kesimpulan penelitian ini adalah :

1. Model terpilih adalah Random Effect Model (REM), dengan persamaan structural  
$$Y = 37873.81 + 3080.67 X$$
2. Model tidak berdistribusi normal, terdapat multikolenieritas dan heteroskedastisitas, dan autokorelasi negative.

### Daftar Pustaka

- Berthon, P., Pitt, L., Berthon, J.-P., Crowther, C., Bruwer, L., Lyall, P. and Money, A. 1997. Mapping the marketpace: evaluating industry Web sites using correspondence analysis. *Journal of Strategic Marketing* 5(4), 233± 42.
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Human Relation dan Public Relations*, Bandung, Mandar Maju.
- Deddy Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: PT: Remaja Rosdakarya.
- Gujarati, D.N., 2004. *Basic Econometrics*, Fourth edition, Singapore. McGraw-Hill Inc.
- Morris, M.H., Morris, P. and Weir, J. 1997. Is the Web world wide? Marketing effects in an emerging market. *Journal of Strategic Marketing* 5(4), 211± 31.
- Porter, M.E., 1998. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, Free Press, New York, NY.
- Porter, M.E., 2001. *Strategy and the internet*. *Harvard Business Review*, March.
- Ranchhod, A., and Gurau, C., 1999. Internet-enabled distribution strategies. *Journal of Information Technology* 14, 333±346
- Watson, R.T., Abselsen, S. and Pitt, L.F. 1998. Building mountains in the flat landscape of the World Wide Web. *California Management Review* 40(2), 36± 56
- Williams, V., 1999, "Small Businesses Venture into Ecommerce", Office of Advocacy, U.S. Small Business Administration.