

MODEL PENGGUNAAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA INDUSTRI MIKRO KECIL DKI JAKARTA

Abdul Harif Siswanto

Abstract

The main challenge for industry in its business organization is to build an effective communication and information system in order to produce profitable business performance. The purpose of this study is to create a model for the use of digital communication technology in increasing the income of micro and small industry businesses in Jakarta. The research method used is an explanative method with panel data obtained from the 2017 and 2018 BPS DKI Jakarta publications. Based on the results of the study, a model of the use of digital communication technology is obtained in increasing the business income of the DKI Jakarta Micro Small Industry. This research recommendation calls on local governments, especially DKI Jakarta, to make policies and economic development programs that are able to answer the challenges of modern times by encouraging the use of digital communication technology among micro and small industries as an effort to increase business income.

Keywords: Digital Communication Technology, Business Income, Micro and Small Industry.

Abstrak

Tantangan utama industry dalam mengelola usahanya adalah membangun sistem komunikasi dan informasi yang efektif guna menghasilkan kinerja bisnis yang menguntungkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuat model penggunaan teknologi komunikasi digital dalam meningkatkan pendapatan usaha industri mikro kecil dki Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode eksplanatif dengan data panel yang diperoleh dari publikasi BPS DKI Jakarta tahun 2017 dan 2018. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh sebuah model penggunaan teknologi komunikasi digital dalam meningkatkan pendapatan usaha Industri Mikro Kecil DKI Jakarta. Rekomendasi penelitian ini menghimbau Pemerintah Daerah, khususnya DKI Jakarta, untuk membuat kebijakan dan program-program pembangunan ekonomi yang mampu menjawab tantangan zaman modern dengan mendorong penggunaan teknologi komunikasi digital di kalangan industry mikro kecil sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan usaha.

Kata kunci: Teknologi Komunikasi Digital, Pendapatan Usaha, Industri Mikro Kecil.

PENDAHULUAN

Industri sebagai bentuk kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan pengolahan bahan baku untuk menghasilkan barang jadi yang bernilai tinggi memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional. Sektor industry, termasuk didalamnya Industri Mikro Kecil (IMK), memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Pada tahun 2019, sektor industri pengolahan berkontribusi terhadap perekonomian nasional sebesar 19,70 persen¹, serta mampu memperkerjakan tenaga kerja 14,96 persen² dari total angkatan kerja di Indonesia. Besarnya kontribusi sector industry pada perekonomian nasional menjadi alasan kuat bagi Pemerintah untuk memberi perhatian besar terhadap pengembangan sector industry secara berkelanjutan.

Era globalisasi dan informasi yang telah merubah struktur sosial ekonomi masyarakat menghadirkan tantangan bagi para pelaku usaha sector industry. Salah satu tantangan besar para pelaku usaha sector perindustrian dalam mengelola usahanya supaya mampu bertahan dan memiliki daya saing tinggi adalah membangun system komunikasi dan informasi usaha yang compatible dengan tuntutan zaman. Era globalisasi dan informasi yang menghadirkan system komunikasi global yang menghubungkan komputer-komputer dan jaringan-jaringan computer di seluruh dunia mengharuskan pelaku usaha sector industry untuk melakukan komputerisasi dan digitalisasi system komunikasi dan informasi usaha bisnisnya.

Jaringan computer global yang dikenal dengan Internet menghubungkan miliaran peralatan computer (*computer devices*) di seluruh dunia. Semua peralatan computer yang terhubung akan mampu saling berkomunikasi dengan menggunakan aturan (*rule*) Internet Protocol (IP/TCP). Melalui jaringan computer global, proses komunikasi dan akses data/informasi dapat dilakukan dengan cepat, setiap saat dari berbagai tempat. Teknologi komunikasi digital ini memungkinkan seseorang berkomunikasi, serta mengirimkan dan menerima informasi tidak terkendala tempat dan waktu.³

Teknologi komunikasi digital yang berbasis sinyal elektrik komputer dapat meningkatkan efektifitas kinerja usaha industry. Teknologi komunikasi digital yang menyimpan dan mengkomunikasikan milyaran data/informasi bisa dimanfaatkan industry untuk kegiatan pemasaran/iklan/penjualan, pembelian bahan baku, dan pencarian informasi pengembangan usaha. Penggunaan teknologi komunikasi digital akan memungkinkan kegiatan promosi pemasaran mampu menjangkau khalayak sasaran yang sangat luas, sehingga produk yang dipromosikan akan cepat dikenal dan diminati khalayak banyak. Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tentang penetrasi pengguna internet di Indonesia 2019-2020, tahun 2020 pengguna internet Indonesia diperkirakan sebanyak 196,7 juta pengguna,

¹ Berita Resmi Statistik No. 17/02/ThXXIV, Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV- 2019 Tanggal 5 Februari 2020

² Berita Resmi Statistik No. 91/11/ThXXII, Keadaan Tenaga Kerja Indonesia Agustus 2019 Tanggal 5 November 2019.

³ Jogiyanto. 2009. *Sistem Teknologi Informasi*, CV Anto:Yogyakarta. Hal. 176

meningkat dari tahun 2019 yang berjumlah 171 juta, dengan penetrasi 73,7 persen atau naik sekitar 8,9 persen atau sekitar 25,5 juta pengguna.⁴ Data tersebut menunjukkan telah terjadi perubahan yang sangat signifikan dalam pola penggunaan media di masyarakat, dari media konvensional beralih ke media digital. Maka menjadi keharusan bagi pelaku usaha industry untuk merubah strategi media pemasarannya dari *traditional marketing* ke *digital marketing*.

Tersedianya banyak informasi tentang bahan baku yang sangat mudah diakses memungkinkan industry memiliki banyak informasi dan pilihan bahan baku produksi, sehingga industry akan mudah melakukan perencanaan pengadaan bahan baku secara terukur sesuai kebutuhan produksi dengan biaya termurah. Tersedianya informasi tentang bahan baku, potensi pasar produk, peta kompetisi, dan daya beli masyarakat akan mempermudah industry dalam melakukan pengembangan usaha yang tepat dan terukur.

Permasalahan utama Industri Mikro Kecil dalam pengembangan usaha bisnisnya adalah keterbatasan modal, keterampilan, dan penguasaan pasar. Kehadiran teknologi komunikasi digital yang berbasis jaringan computer global, disatu sisi mendatangkan kesulitan bagi IMK karena membutuhkan penguasaan teknologi tinggi, tetapi disatu sisi lain penggunaan teknologi komunikasi digital merupakan solusi bagi IMK untuk bisa bersaing dengan seniornya industry menengah dan besar.

KERANGKA PEMIKIRAN

Kinerja usaha bisnis Industri Mikro Kecil (IMK) sebagai bentuk kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan pengolahan bahan baku untuk menghasilkan barang jadi yang bernilai tinggi membutuhkan dukungan strategi komunikasi pemasaran yang tepat dan tersedianya informasi bahan baku yang memadai untuk pengembangan usaha. Kehadiran teknologi komunikasi digital yang berbasis jaringan computer yang terhubung ke seluruh dunia yang menjamin ketersediaan informasi secara lengkap dan memungkinkan proses komunikasi berlangsung cepat tanpa kendala berarti akan mendukung kinerja usaha bisnis IMK.

Kelebihan teknologi komunikasi digital dalam penggunaannya sebagai media komunikasi dan informasi adalah: (1) mendokumentasi sejumlah besar data/informasi yang mudah diakses; (2) mendistribusikan banyak informasi dengan cepat dalam beragam jenis secara bersamaan; (3) menghantarkan informasi dalam sebuah jaringan tunggal; dan (4) mengatasi kendala jarak dan waktu; dan (5) memfasilitasi proses komunikasi berlangsung secara interaktif.

Menurut K.G.Gard (2010), komunikasi digital yang bisa menyebarkan informasi secara cepat dalam waktu bersamaan menggunakan system *Time division multiplexing (TDM)*, yaitu sistem multiplexing yang memiliki cara kerja dengan membagi sinyal digital yang masuk menjadi kepingan lebih kecil yang kemudian dikirimkan serentak dalam satu waktu. Sistem

⁴ Berita Kominfo, kominfo.go.id., tanggal 9/11/2020

multiflexing ini cepat, efisien, dan dapat dipantau melalui computer.⁵ Menurut Raymond mc Leod (Ali Akbar Yulianto, 2008:234) teknologi komunikasi digital memiliki beberapa kelebihan, yaitu: produk visual beresolusi tinggi, akurasi penyampaian pesan dan informasi, tidak dipengarui ruang dan waktu. Hal itu menjadikan komunikasi digital lebih efisien, efektif, dan dapat memudahkan berbagai aktivitas social-ekonomi manusia.⁶ Penggunaan teknologi komunikasi digital membawa perubahan pada cara/proses komunikasi, gaya berpikir dan berperilaku seseorang dan masyarakat secara keseluruhannya.⁷

Marshall McLuhan menyatakan bahwa teknologi bersifat determinan (menentukan) dalam membentuk kehidupan manusia (Morissan, 2013).⁸ Penggunaan teknologi komunikasi digital secara makro akan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi, perkembangan industry, dan produktifitas tenaga kerja. Kemajuan teknologi komunikasi digital akan meningkatkan kemampuan produktivitas dunia industry menjadi lebih baik. Pemanfaatan teknologi komunikasi digital dalam industry mikro kecil akan banyak memberikan manfaat positif, diantaranya : (1) memperluas jaringan pemasaran, (2) mempermudah akses informasi pasar, (3) meningkatkan efisiensi biaya produksi, (4) mempermudah pengembangan usaha bisnis (5) mempermudah membangun jalinan kerjasama kemitraan usaha. Dengan kata lain kehadiran teknologi komunikasi digital akan meningkatkan produktifitas kerja dan pendapatan usaha IMK. Menurut Taneja & Toombs (2014) media komunikasi dapat menciptakan visibilitas dan kesadaran merek, mengidentifikasi dan menarik pelanggan baru, dan dapat menguatkan citra merek yang diterima oleh konsumen.⁹

BPS (2018) mengklasifikasikan usaha/perusahaan industry pengolahan di Indonesia ke dalam 4 (empat) kategori/skala usaha. Klasifikasi industry pengolahan didasarkan pada banyaknya pekerja yang terlibat dalam suatu usaha/perusahaan. Klasifikasi skala usaha tersebut adalah sebagai berikut :

1. Industri Mikro : Usaha/perusahaan industry pengolahan yang mempunyai pekerja 1—4 orang.
2. Industri Kecil : Usaha/perusahaan industry pengolahan yang mempunyai pekerja 5—19 orang.
3. Industri Sedang : Usaha/perusahaan industry pengolahan yang mempunyai pekerja 20—99 orang.

⁵ https://www.researchgate.net/publication/224097303_Time_Division_Multiplexing_Front-Ends_for_Multiantenna_Integrated_Wireless_Receivers.

⁶ Raymond mc Leod (diterjemahkan oleh Ali Akbar Yulianto) 2008. *Sistem Informasi Manajemen*, Jakarta, salemba empat. Hal.234

⁷ Abdul Hamid. 2007. *Teknologi Informasi dan Komunikasi*, Yudhistira, Jakarta. Hal.37

⁸ Morissan, 2013. *Teori Komunikasi: Individu hingga massa*. Kencana Prenada Media Group. hlm. 486

⁹ Taneja, S., & Toombs, L. 2014. Putting A Face on Small Business: Visibility, Viability, and Sustainability The Impact of Social Media on Small Business Marketing. *Academy of Marketing Studies Journal*. 18(1). 217-227.

4. Industri Besar : Usaha/perusahaan industry pengolahan yang mempunyai pekerja lebih dari 100 orang.¹⁰

Sedangkan menurut Permenperin 64/M-IND/PER/7/2016, Industri Kecil memiliki aset dengan nilai maksimal Rp200 juta. Sementara dari segi omzetnya, sebuah industri dikategorikan sebagai industri kecil jika memiliki omzet tak lebih dari Rp1 miliar.¹¹

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, untuk melihat pengaruh penggunaan teknologi komunikasi digital terhadap pendapatan usaha industry mikro kecil, disusun model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_{1t} + \epsilon_t$$

$$Y = a + bX$$

Dimana Y = pendapatan usaha industry mikro kecil
X = Penggunaan teknologi komunikasi digital

Dengan rumusan hipotesis penggunaan teknologi komunikasi digital berpengaruh terhadap pendapatan usaha industry mikro kecil Provinsi DKI Jakarta.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode eksplanatif yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan/pengaruh satu variable terhadap variable lain. Penelitian ini menggunakan data skunder yang diterbitkan oleh Badan Pusat statistik Provinsi DKI Jakarta tentang Profil Industri Mikro Kecil tahun 2017 dan 2018. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel untuk menghasilkan sebuah model terbaik yang layak direkomendasikan.

Tahapan atau langkah-langkah analisis kuantitatif terdiri dari: (1). Estimasi model regresi dengan menggunakan data panel, (2). Pemilihan model regresi data panel, (3). Uji asumsi (4). Uji Hipotesis

¹⁰ Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, 2018. Profil Industri Mikro Kecil Provinsi DKI Jakarta. No. Publikasi / Publication Number : 31530.1902 Katalog BPS / BPS Catalogue : 6104006.31.

¹¹ Permenperin 64/M-IND/PER/7/2016

1. Uji Kelayakan Model (Goodness of Fit)

Uji kelayakan model adalah uji R² untuk melihat kemampuan variable independen dalam menjelaskan variable dependen. Nilai R² berkisar antara 0 – 99, nilai R Square yang semakin mendekati 1 maka semakin layak suatu model untuk digunakan.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terbentuk adanya korelasi tinggi atau sempurna antar variabel bebas (independen). Jika ditemukan ada hubungan korelasi yang tinggi antar variabel bebas maka dapat dinyatakan adanya gejala multikolinear pada penelitian.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Autokorelasi dapat diketahui melalui Uji Durbin-Watson (D-W Test), adalah pengujian yang digunakan untuk menguji ada atau tidak adanya korelasi serial dalam model regresi atau untuk mengetahui apakah di dalam model yang digunakan terdapat autokorelasi diantara variabel-variabel yang diamati

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik. Heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Cara melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pendekatan analisis grafik normal probability Plot. Pada pendekatan ini nilai residual terdistribusi secara normal apabila garis (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti atau merapat ke garis diagonalnya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis regresi data panel dengan menggunakan eviews, diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Estimasi model regresi dengan menggunakan data panel

Estimasi model regresi dengan menggunakan data panel dilakukan dengan 3 uji, yaitu :

- a. Uji Chow, untuk menentukan model terpilih diantara model Common Effect atau Fixed Effect.

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

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	5.703510	(21,21)	0.0001
Cross-section Chi-square	83.715773	21	0.0000

Cross-section fixed effects test equation:
Dependent Variable: Y
Method: Panel Least Squares
Date: 03/04/21 Time: 18:41
Sample: 2017 2018
Periods included: 2
Cross-sections included: 22
Total panel (balanced) observations: 44

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-206.0360	361.1267	-0.570537	0.5714
X	4.144958	0.246464	16.81770	0.0000

R-squared	0.870704	Mean dependent var	2588.136
Adjusted R-squared	0.867625	S.D. dependent var	5845.720
S.E. of regression	2126.869	Akaike info criterion	18.20708
Sum squared resid	1.90E+08	Schwarz criterion	18.28818
Log likelihood	-398.5557	Hannan-Quinn criter.	18.23715
F-statistic	282.8352	Durbin-Watson stat	0.825664
Prob(F-statistic)	0.000000		

Berdasarkan Uji Chow diperoleh hasil, nilai probability $0.0001 < 0.05$, maka model terpilih adalah Fixed Effect Model (FEM)

- b. Uji Hausman, untuk menentukan model terpilih diantara model model Fixed effect dan Random Effect

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	7.380912	1	0.0066

Cross-section random effects test comparisons:

Variable	Fixed	Random	Var(Diff.)	Prob.
X	5.536022	4.537442	0.135100	0.0066

Cross-section random effects test equation:

Dependent Variable: Y

Method: Panel Least Squares

Date: 03/04/21 Time: 18:45

Sample: 2017 2018

Periods included: 2

Cross-sections included: 22

Total panel (balanced) observations: 44

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1143.772	352.7498	-3.242444	0.0039
X	5.536022	0.454229	12.18775	0.0000

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.980712	Mean dependent var	2588.136
Adjusted R-squared	0.960506	S.D. dependent var	5845.720
S.E. of regression	1161.728	Akaike info criterion	17.25899
Sum squared resid	28341867	Schwarz criterion	18.19164
Log likelihood	-356.6978	Hannan-Quinn criter.	17.60486
F-statistic	48.53490	Durbin-Watson stat	3.826087
Prob(F-statistic)	0.000000		

Berdasarkan Uji Hausman diperoleh hasil, nilai probability $0.0066 < 0.05$, maka model terpilih adalah Fixed Effect Model (FEM)

Berdasarkan Uji Chow maupun Uji Hausman, terpilih model regresi Fixed Effect Model, maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini model yang layak direkomendasikan adalah model regresi Fixed Effect Model (FEM)

Dependent Variable: Y
 Method: Panel Least Squares
 Date: 03/04/21 Time: 18:38
 Sample: 2017 2018
 Periods included: 2
 Cross-sections included: 22
 Total panel (balanced) observations: 44

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1143.772	352.7498	-3.242444	0.0039
X	5.536022	0.454229	12.18775	0.0000

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.980712	Mean dependent var	2588.136
Adjusted R-squared	0.960506	S.D. dependent var	5845.720
S.E. of regression	1161.728	Akaike info criterion	17.25899
Sum squared resid	28341867	Schwarz criterion	18.19164
Log likelihood	-356.6978	Hannan-Quinn criter.	17.60486
F-statistic	48.53490	Durbin-Watson stat	3.826087
Prob(F-statistic)	0.000000		

- c. Uji Langgrange. Untuk menentukan model terpilih diantara model Common Effect atau model Random effect.

Karena berdasarkan uji Chow dan uji Hausman hasilnya sama terpilih Fixed Effect Model (FEM), maka uji Langgrange tidak perlu dilakukan.

2. Pemilihan model regresi data panel

Berdasarkan dua kali uji, yaitu uji Chow dan uji Hausman ternyata kedua uji tersebut menunjukkan model Fixed Effect yang terbaik, maka model terpilih adalah model Regresi Fixed Effect.

$$Y = -1143.772 + 5.536022 X$$

Dimana Y = Pendapatan Usaha Industri Mikro Kecil DKI Jakarta
 X = Penggunaan Teknologi Komunikasi Digital

Berdasarkan model tersebut dapat dibaca bahwa peningkatan 1 level penggunaan teknologi komunikasi digital akan berdampak pada peningkatan pendataan usaha IMK sebesar 5.536022. Hal itu menunjukkan bahwa penggunaan teknologi komunikasi digital berpengaruh sangat kuat terhadap peningkatan pendapatan usaha industry mikro kecil.

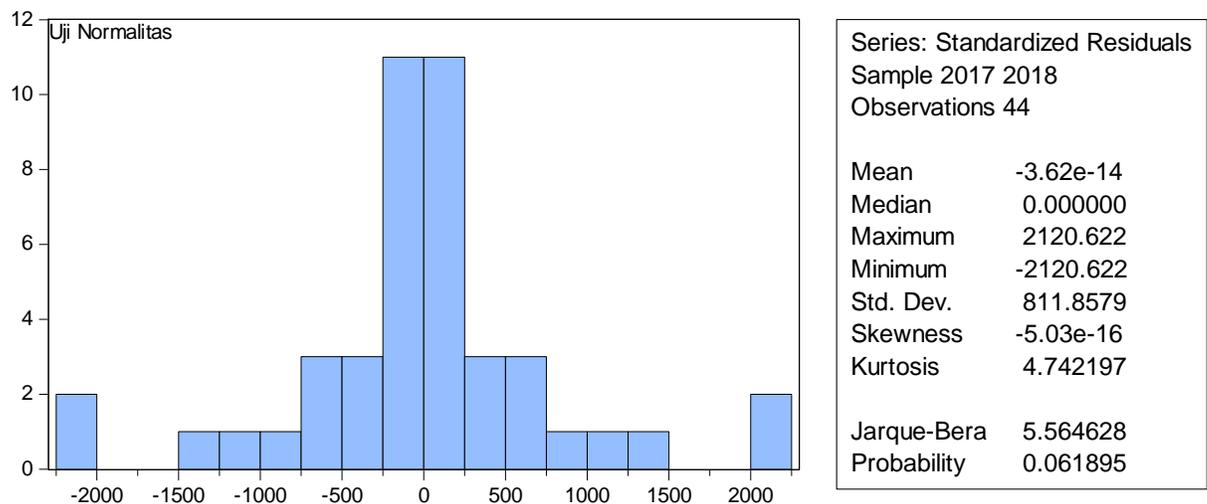
Sedangkan nilai Adjusted R-squared diperoleh angka 0.960506, artinya penggunaan teknologi komunikasi digital berpengaruh sangat kuat (sangat signifikan) terhadap peningkatan pendapatan usaha industry mikro kecil.

3. Uji asumsi Klasik

Berdasarkan uji asumsi klasik, diperoleh informasi :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Cara melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pendekatan analisis grafik normal probability Plot. Pada pendekatan ini nilai residual terdistribusi secara normal apabila garis (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti atau merapat ke garis diagonalnya.



Dari hasil uji di atas dapat dilihat bahwa nilai probability Jarque berra sebesar 0,061895 > 0,05, artinya residual data penelitian terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolenieritas

Uji multikolenieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terbentuk adanya korelasi tinggi atau sempurna antar variabel bebas (independen). Jika ditemukan ada hubungan korelasi yang tinggi antar variabel bebas maka dapat dinyatakan adanya gejala

multikolinear pada penelitian. Nilai korelasi yang dapat ditoleransi dalam uji multikolinearitas adalah 70 persen atau 80 persen (0,7 atau 0,8)

X	
X	1.000000

Dari hasil uji multikolinearitas di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasinya adalah sebesar $1 > 0.8$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terjadi masalah multikolinearitas pada variabel penelitian tersebut.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik. Heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Jika nilai prob nya $< 0,05$ maka terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model penelitian sedangkan jika nilai prob $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model penelitian.

Dependent Variable: RESABS
 Method: Panel Least Squares
 Date: 03/04/21 Time: 20:35
 Sample: 2017 2018
 Periods included: 2
 Cross-sections included: 22
 Total panel (balanced) observations: 44

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	511.9621	2.54E-13	2.01E+15	0.0000
X	1.42E-15	3.27E-16	4.350614	0.0003

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	1.000000	Mean dependent var	511.9621
Adjusted R-squared	1.000000	S.D. dependent var	625.2300
S.E. of regression	8.37E-13	Akaike info criterion	-52.47427
Sum squared resid	1.47E-23	Schwarz criterion	-51.54162
Log likelihood	1177.434	Hannan-Quinn criter.	-52.12840
F-statistic	1.09E+30	Durbin-Watson stat	3.813902
Prob(F-statistic)	0.000000		

Dari hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode white, nilai prob nya sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan terjadi gejala heteroskedastisitas dalam modl penelitian.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokolerasi merupakan kolerasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Autokorelasi dapat diketahui melalui Uji Breusch-Godfrey, dimana jika nilai prob $< 0,05$ maka terjadi gejala autokorelasi sedangkan jika nilai prob $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala autokorelasi adalah pengujian yang digunakan untuk menguji ada atau tidak adanya korelasi serial dalam model regresi atau untuk mengetahui apakah di dalam model yang digunakan terdapat autokorelasi diantara variabel-variabel yang diamati.

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

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1143.772	352.7498	-3.242444	0.0039
X	5.536022	0.454229	12.18775	0.0000

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.980712	Mean dependent var	2588.136
Adjusted R-squared	0.960506	S.D. dependent var	5845.720
S.E. of regression	1161.728	Akaike info criterion	17.25899
Sum squared resid	28341867	Schwarz criterion	18.19164
Log likelihood	-356.6978	Hannan-Quinn criter.	17.60486
F-statistic	48.53490	Durbin-Watson stat	3.826087
Prob(F-statistic)	0.000000		

Dari hasil uji autokorelasi di atas dapat dilihat bahwa prob $0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa terjadi gejala autokorelasi dalam model penelitian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, dapat ditarik beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Penggunaan teknologi komunikasi digital berpengaruh kuat terhadap peningkatan peningkatan pendapat usaha bisnis industry mikro kecil di DKI Jakarta
2. Model Regresi yang terbaik adalah Fixed Effect Model $Y = -1143.772 + 5.536022$
3. Model regresi Fixed Effect Model yang terpilih, berdistribusi normal, terjadi masalah multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan gejala autokorelasi.

DAFTAR PUSTAKA

1. Berita Resmi Statistik No. 17/02/ThXXIV, Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2019 Tanggal 5 Februari 2020
2. Berita Resmi Statistik No. 91/11/ThXXII, Keadaan Tenaga Kerja Indonesia Agustus 2019 Tanggal 5 November 2019.
3. Jogiyanto. 2009. *Sistem Teknologi Informasi*, CV Anto:Yogyakarta. Hal. 176
4. Berita Kominfo, kominfo.go.id., tanggal 9/11/2020
5. https://www.researchgate.net/publication/224097303_Time_Division_Multiplexing_Front-Ends_for_Multiantenna_Integrated_Wireless_Receivers.
6. Raymond mc Leod (diterjemahkan oleh Ali Akbar Yulianto) 2008. *Sistem Informasi Manajemen*, Jakarta, salemba empat. Hal.234
7. Abdul Hamid. 2007. *Teknologi Informasi dan Komunikasi*, Yudhistira, Jakarta. Hal.37
8. Morissan, 2013. *Teori Komunikasi: Individu hingga massa*. Kencana Prenada Media Group. hlm. 486
9. Taneja, S., & Toombs, L. 2014. *Putting A Face on Small Business: Visibility, Viability, and Sustainability The Impact of Social Media on Small Business Marketing*. Academy of Marketing Studies Journal. 18(1). 217-227.
10. Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, 2018. Profil Industri Mikro Kecil Provinsi DKI Jakarta. No. Publikasi / Publication Number: 31530.1902 Katalog BPS / BPS Catalogue: 6104006.31.
11. Permenperin 64/M-IND/PER/7/2016