



## Pengaruh Technology Oriented pada Customers terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sektor Perdagangan Provinsi Jawa Timur

Widya Okta Putri Isnaeni, Renny Oktafia

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email: 21011010201@student.upnjatim.ac.id, renny.oktafia.es@upnjatim.ac.id

### Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah melahirkan banyak sekali perubahan, seakan seluruh aktivitas yang terjadi di dunia ini selalu melibatkan teknologi di dalamnya. Pemanfaatan teknologi yang tepat, menghasilkan pengaruh positif yang menciptakan peluang dan inovasi yang dapat dimanfaatkan untuk kemajuan berbagai sektor, khususnya ekonomi sektor perdagangan. Salah satu bentuk implementasi yang tercipta karena perkembangan teknologi dan informasi dalam dunia adalah perdagangan online adalah tingkat kesadaran masyarakat untuk lebih memilih produk hasil olahan teknologi dengan kualitas yang baik. Perilaku tersebut dinamakan wujud dari Technology Oriented pada Customers. Pemanfaatan teknologi dalam dunia perdagangan, yang mana perdagangan adalah salah satu aktivitas yang memengaruhi pertumbuhan ekonomi, sudah selayaknya ditingkatkan agar dapat menyokong besaran angka pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis hasil praktek Technology Oriented pada Customers yang telah sedikit banyak mulai diadopsi oleh masyarakat Jawa Timur sebagai bentuk implementasi teknologi pada sektor perdagangan, utamanya tingkat penjualan dapat mempengaruhi besaran angka yang dapat meningkatkan perolehan nilai sektor perdagangan untuk Provinsi Jawa Timur. Dengan mengolah data-data sekunder dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menghasilkan pengaruh internet untuk penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap sektor perdagangan dikarenakan angka penjualan yang dilakukan melalui internet masih kurang. Masyarakat Jawa Timur cenderung berperan sebagai konsumen. Kenyataan tersebut sangat disayangkan sebab dengan pemanfaatan ekonomi digital dengan baik, dapat menyokong angka peningkatan pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan di Jawa Timur.

**Kata kunci:** Teknologi, Pertumbuhan, Perdagangan

### Abstract

*The development of information and communication technologies has given rise to many changes, as if all the activities that take place in this world always involve technology in it. Appropriate use of technology, provides positive influences that create opportunities and innovations that can be exploited for the advancement of various sectors, especially the economy of the trade sector. One of the forms of implementation created due to the development of technology and information in the world is online commerce is the level*

*of awareness of the public to prefer products of technological processing with good quality. This behavior is called Technology Oriented in Customers. The use of technology in the world of trade, where trade is one of the activities that affects economic growth, should be increased in order to support the magnitude of the economic growth of the trade sector. Therefore, this study was conducted with the aim of analyzing the results of Technology Oriented Practice on Customers which has more or less begun to be adopted by the East Java community as a form of technology implementation in the trade sector, mainly the sales level can affect the amount of numbers that can increase the value gain of the trade sector for East Java Province. By processing secondary data using multiple linear regression analysis methods. This study found that the influence of the Internet for sales did not have a significant effect on the trade sector because the number of sales made through the Internet is still lacking. The people of East Java tend to play the role of consumers. This reality is unfortunate because with good use of the digital economy, it can support the number of increased economic growth of the trade sector in East Java.*

**Keyword:** Technology, Growth, Trade

## **Pendahuluan**

Perkembangan teknologi dan informasi telah kuat mengacu pada pengejawantahan revolusi industri keempat yang memfokuskan pada penerapan teknologi dan informasi sebagai dasar dalam segala bidang, khususnya ekonomi (Asikin & Fadilah, 2024). Era revolusi keempat ini merupakan peristiwa ledakan besar dalam dunia teknologi yang mana secara radikal dapat mengubah cara hidup dan bekerja manusia (Kurnia, Darmawan, & Maskur, 2018);(Fauzi et al., 2023). Pemanfaatan teknologi yang nantinya menghasilkan peluang, inovasi dan efisiensi yang kemudian dikenal dengan istilah ekonomi digital ini lah yang nantinya akan memberikan dampak positif yakni salah satunya pada sektor perdagangan (Putra & Yuriandala, 2010);(Nurjaya, Affandi, Ilham, Jasmani, & Sunarsi, 2021);(Haykal, 2017).

Inovasi teknologi menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital (Indiarma, 2023). Keunggulan teknologi tinggi menjadi transformasi baru dibandingkan dengan ekonomi riil yang sebelumnya telah kita rasakan bersama selama Pandemi Covid-19 melanda. Pembatasan dan komunikasi berjarak yang ditetapkan oleh Pemerintah kala itu menyebabkan siklus perekonomian di seluruh Indonesia melambat karena daya beli masyarakat menurun.

Aktivitas jual beli yang semestinya dilakukan secara normal, mulai tidak sebebass dulu hingga akhirnya memunculkan inovasi-inovasi yang menjadi jawaban atas permasalahan masyarakat, salah satunya adalah munculnya ekonomi digital (Saebah & Asikin, 2022). Kolaborasi antara ekonomi dan teknologi mulai meredam persebaran rantai penularan Covid-19 sebab aktivitas jual beli yang dilakukan di banyak tempat berkerumun seperti pasar dan mall kemudian dialokasikan dalam bentuk virtual.

Telah diketahui bersama bahwa pemerintah selalu menaruh perhatian lebih terhadap pertumbuhan ekonomi, hal tersebut dikarenakan tumbuhnya ekonomi mencerminkan stabilitas ekonomi serta peningkatan terhadap standar hidup masyarakat (Kholipah, Asikin, Mijoyo, Tarsini, & Khoerudin, 2024). Seiring dengan perkembangan

zaman, kemajuan teknologi dan komunikasi berbanding lurus dengan perkembangan internet (Maswan & Muslimin, 2017).

Besarnya angka pengguna internet tersebut juga mempengaruhi sisi perdagangan. Teknologi dan internet merupakan satu kesatuan yang saling berkolaborasi yang dapat mengemas aktivitas perdagangan yang dilakukan oleh manusia menjadi lebih efektif dan efisien. Dikatakan efektif dan efisien karena internet terbukti bermanfaat mempermudah transaksi jual beli, menghemat waktu, mengurangi biaya operasional dan tidak hanya memberikan keuntungan pada pelaku bisnis saja, akan tetapi juga pada perekonomian di Indonesia melalui tingkat pertumbuhan ekonomi (Aula and Suharto 2021).

Kontribusi yang dihasilkan dari peran teknologi informasi dan komunikasi saat ini bukan hanya sekedar pemanfaatan dalam proses produksi, akan tetapi telah merambah ke seluruh rantai industri yang kemudian menghasilkan model bisnis baru (Tania, 2020). Tidak hanya model bisnis saja yang baru, pelanggan yang mulanya tidak terlalu memperhatikan proses perdagangan yang telah terjadi dan berjalan seperti pada umumnya, kini lebih memilih untuk mempertimbangkan peran teknologi yang digunakan dalam proses jual beli tersebut.

Kebanyakan pelanggan yang berbelanja di internet telah mengenal Technology Oriented Customers. Pelanggan ini akan cenderung lebih memilih teknologi terbaik kualitas terbaik dibanding barang dengan harga yang rendah namun juga memiliki kualitas yang rendah. Kemajuan teknologi secara tidak langsung juga merubah minat belanja pelanggan. Hal tersebut nantinya juga akan mempengaruhi sektor perdagangan Jawa Timur apabila para pedagang tidak segera menyesuaikan diri dengan keinginan pelanggan.

Keadaan inilah yang menjadi tantangan tersendiri sebab menggabungkan teknologi dan manusia secara efektif di pasar yang semakin berteknologi dan digital bukanlah hal yang mudah sebagaimana membalikkan telapak tangan. Karena itulah, apabila Jawa Timur dapat segera menerapkan proses perdagangan dengan Technology Oriented Customers, maka keuntungan yang dapat dirasakan adalah kemudahan dalam bertransaksi, mempermudah akses terhadap informasi terkait produk tertentu dan ketersediaan barang, serta presentasi visualisasi produk yang digambarkan di aplikasi akan lebih nyata.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hasil praktek Technology Oriented pada Customers yang telah sedikit banyak mulai diadopsi oleh masyarakat Jawa Timur sebagai bentuk implementasi teknologi pada sektor perdagangan, utamanya tingkat penjualan dapat mempengaruhi besaran angka yang dapat meningkatkan perolehan nilai sektor perdagangan untuk Provinsi Jawa Timur.

Dengan memanfaatkan data-data dari beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini, diharapkan nantinya hasil olahan data yang muncul tersebut dapat merepresentasikan hasil yang positif. Kemudian apabila diketahui hasil akhir pengujian tersebut benar berpengaruh positif, maka besar kemungkinan pemerintah bisa mempertimbangkan perdagangan melalui internet sebagai sektor unggulan yang dapat

menyumbangkan angka yang besar untuk pertumbuhan sektor perdagangan di Jawa Timur.

Berdasarkan uraian diatas terlihat bahwasannya jual beli online dengan praktek Technology Oriented pada Customers memiliki potensi yang besar untuk mendukung peningkatan sektor perdagangan untuk menyokong pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur, akan tetapi hasil dari kontribusi yang dihasilkan oleh jual beli online masyarakat di Jawa Timur masih sangat kurang sehingga perlu ditemukan faktor-faktor yang mempengaruhi hasil penjualan perdagangan online lain yang dapat membantu mendukung pertumbuhan ekonomi Jawa Timur.

Beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan baik di Indonesia yaitu (Aula and Suharto 2021) menyatakan bahwa penjualan online sangat berpengaruh terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia, maupun penelitian yang dilakukan di luar negeri yaitu (Strognova and Novikova 2020) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara ekonomi digital dengan pertumbuhan ekonomi. (Yong Jing and Ab-Rahim 2020) menyatakan bahwa pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi sangat berpengaruh dalam pertumbuhan ekonomi.

### **Metode Penelitian**

Pada era yang seluruh aktivitas kesehariannya berdampiang dengan teknologi, tentunya membuat keadaan menjadi lebih mudah. Seluruh aktivitas yang dijalankan dengan memanfaatkan teknologi dalam pengimplementasiannya selalu bertujuan untuk mempermudah aktivitas manusia dan mempersingkat kinerja dan sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan tersebut tanpa terkecuali di dunia perdagangan. Lahirnya ilmu Technology Oriented pada Customers merupakan hasil studi yang membuktikan kebenaran bahwa cara berpikir manusia yang secara sadar muncul bersamaan sebab adanya peningkatan perkembangan teknologi dan informasi dalam dunia perdagangan.

Dalam dunia perdagangan online, Technology Oriented Customers menekankan pada kecenderungan pemanfaatan teknologi, penggabungan teknologi dalam pengembangan produk serta seluruh proses yang ada dalam perdagangan. Customers yang biasa disebut dengan pelanggan lebih memilih produk hasil dari pengolahan teknologi yang baik daripada produk dengan biaya yang rendah atau kualitasnya tidak baik. Pelanggan menyadari dan harus beradaptasi untuk menyesuaikan hidup di tengah kondisi teknologi yang terus berubah dengan produk yang baik dan terbaru untuk menunjang kehidupan mereka.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang dilakukan berdasarkan pengujian yang terdiri dari variabel-variabel yang kemudian diukur dengan angka-angka lalu dianalisis dengan prosedur statistik. Penelitian ini menggunakan data sekunder dikarenakan data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang telah dipublikasikan secara resmi yang disediakan oleh situs website Badan Pusat Statistik, data tersebut dipandang cukup mewakili untuk dianalisis dalam penelitian.

Data yang digunakan terdiri dari beberapa variabel yang dilihat dalam satu waktu tertentu yaitu tahun 2022, sehingga penelitian ini menggunakan data jenis cross section. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan tujuan untuk memprediksi atau memperkirakan nilai variabel dependen dalam hubungannya dengan variabel independen.

Untuk mengetahui pengaruh Technology Oriented pada Customers terhadap pertumbuhan ekonomi sektor perdagangan Provinsi Jawa Timur, penelitian ini menggunakan variabel-variabel yang berasal dari data yang telah dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik yang kemudian dirasa sudah cukup mewakili untuk dianalisis. Variabel independen diwakili oleh Persentase Pengguna Telepon Seluler (X1), yang menunjukkan bahwa masyarakat Jawa Timur sudah dikatakan melek teknologi dan secara tidak langsung telah mempraktekkan Technology Oriented sebagai Customers selama melakukan jual beli online.

Kemudian untuk variabel independen kedua diwakili oleh Persentase Pengguna Internet untuk Penjualan (X2) yang menunjukkan perolehan angka penjualan online yang terjadi selama tahun 2022, serta variabel dependen yaitu Sektor Perdagangan (Y) yang digunakan sebagai patokan apakah kedua variabel independen tersebut mempengaruhi variabel dependen yang kemudian nanti dapat diketahui hasilnya berpengaruh positif atau negatif setelah pengujian dilakukan.

Model yang digunakan dalam menganalisis penelitian ini :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen (Perdagangan)

X1 = Variabel Independen 1 (Telepon)

X2 = Variabel Independen 2 (Internet)

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Slope atau Koefisien Estimate

e = Error term

**Tabel 1. Variabel dan Sumber Data**

Jenis Variabel	Variabel	Satuan	Sumber Data	
Terikat	Sektor Perdagangan (PERDAGANGAN)	Miliar Rupiah	Badan	Pusat Statistik
			Kab/Kota se-Jawa Timur	
Bebas	Pengguna Telepon Seluler (TELP)	Persen	Badan Pusat Statistik	
Bebas	Pengguna Internet untuk Penjualan (INTSELL)	Persen	Badan	Pusat Statistik
			Provinsi Jawa Timur	

Sumber : Hasil Olahan Penulis

Pengujian menyertakan variabel yang dapat merepresentasikan perkembangan perdagangan, yakni sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor sebagai variabel dependen. Variabel ini mencerminkan bagaimana sektor

perdagangan menyokong angka pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur. Hasil dari pengujian diperoleh hasil bahwasannya variabel independen persentase pengguna telepon berpengaruh positif terhadap perdagangan.

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang dilakukan sebagai pra syarat dalam analisis regresi. Dalam uji asumsi klasik terdiri dari normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokolerasi. Selain itu, manfaat dilakukannya uji asumsi klasik adalah untuk mendapatkan model regresi yang baik. Model regresi yang baik adalah regresi yang lolos dari uji asumsi klasik. Penelitian ini menggunakan model regresi berganda dikarenakan variabel independen yang digunakan dalam pengujian penelitian ini lebih dari satu variabel. Sebagai syarat statistik dalam analisis regresi berganda, penelitian melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu dengan berbasis Least Square (LS). Tujuan dilakukannya regresi berganda adalah untuk mengetahui pengaruh dua variabel (minimal) terhadap variabel dependen.

#### Uji Normalitas

Salah satu uji pra syarat/uji asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam analisis regresi berganda adalah uji normalitas. Uji normalitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi secara normal atau tidak.

**Tabel 2. Hasil Uji Normalitas (1)**

Jarque-Bera	Probability	Kesimpulan
600.7892	0.000000	Tidak Berdistribusi dengan Normal

Sumber : Data sekunder diolah

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai Probability Jarque-Bera tidak lebih dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa pengujian data tidak berdistribusi dengan normal atau asumsi uji normalitas tidak terpenuhi. Maka dari itu dilakukan metode penyembuhan dengan transformasi data, menggunakan Transformasi Log.

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas (2)**

Jarque-Bera	Probability	Kesimpulan
1.276639	0.528180	Berdistribusi dengan Normal

Sumber : Data sekunder diolah

Pada pengujian uji normalitas kedua, setelah dilakukannya transformasi data menggunakan transformasi log, nilai Probability Jarque-Bera yang dihasilkan sebesar 0.528180 ( $> 0.05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi secara normal atau asumsi uji normalitas telah terpenuhi.

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya korelasi yang tinggi antar variabel-variabel independen. Jika ditemukan ada hubungan korelasi yang tinggi antar variabel independen, maka dapat dinyatakan terjadi multikolinearitas. Untuk

mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai variable inflation factors (VIF) dengan prinsip :

Apabila  $VIF > 10$  berarti terjadi multikolinearitas

Apabila  $VIF < 10$  berarti tidak terjadi multikolinearitas

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	VIF	Kesimpulan
TELP	2.324855	Tidak Terjadi Multikolinearitas
INTSELL	2.324855	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data sekunder diolah

Penelitian melakukan uji multikolinearitas sebagai syarat statistik dalam analisis regresi berganda dengan berbasis Least Square (LS). Dari hasil pengujian, nilai VIF dari setiap variabel bebas/ variabel independen harus bernilai kurang dari sepuluh ( $<10$ ) agar dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada model. Berdasarkan tabel pengujian diatas, diketahui bahwasannya nilai VIF 2.324855  $<10$  berarti dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

#### ***Uji Heteroskedastisitas***

Uji heteroskedastisitas merupakan bagian dari serangkaian uji asumsi klasik dalam analisis regresi, uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik. Model regresi yang baik harus lolos dalam uji heteroskedastisitas, prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0.05, itu artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan begitu pula sebaliknya. Pengujian ini akan menentukan apakah terdapat ketidaksamaan varian antar residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas yaitu dengan uji ARCH.

**Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas residual diagnostic tipe tes ARCH**

	Probability	Kesimpulan
Prob. F(1.34)	0.5578	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Prob.Chi-Square(1)	0.5448	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data sekunder diolah

Dari hasil pengujian heteroskedastisitas residual diagnostic dengan tipe tes ARCH diperoleh nilai probabilitas Chi-Square sebesar  $0.5448 > 0.05$  yang artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas atau asumsi uji heteroskedastisitas sudah terpenuhi (lolos uji heteroskedastisitas).

#### ***Uji Autokorelasi***

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah di dalam model yang digunakan terdapat autokorelasi diantara variabel-variabel yang diamati, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Serial Colleration LM test yang terbagi menjadi dua kriteria, yaitu:

Jika Prob.Chi-Square  $< 0.05$ , berarti terjadi autokorelasi

Jika Prob.Chi-Square  $> 0.05$ , berarti tidak terjadi autokorelasi

**Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi**

<b>Probability</b>	<b>Kesimpulan</b>
Prob.Chi-Square 0.3670	Tidak Terjadi Masalah Autokorelasi

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan LM test diketahui hasil nilai Probability Chi-Square sebesar 0.3670 yang mana nilai tersebut lebih dari 0.05 sehingga dapat diartikan tidak terjadi masalah autokorelasi.

#### **Uji Linearitas**

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen memiliki hubungan linear atau tidak. Pengujian ini merupakan pra syarat dalam analisis regresi, salah satu metode yang umum digunakan yaitu Ramsey Test. Ramsey Test memiliki kriteria pengujian sebagai berikut: Jika Probability F-statistic < 0.05, disimpulkan asumsi uji linearitas tidak terpenuhi Jika Probability F-statistic > 0.05, disimpulkan asumsi uji linearitas terpenuhi

**Tabel 7. Hasil Uji Ramsey Reset Test (1)**

<b>Probability</b>	<b>Kesimpulan</b>
Prob.F-Statistic 0.0000	Uji Linearitas Tidak Terpenuhi

Sumber : Data sekunder diolah

Dalam pengujian pertama, terdapat penyakit linearitas yang dapat dilihat dari nilai Probability 0.0000 kurang dari 0.05. Maka dari itu dilakukan metode penyembuhan dengan Transformasi Data, yaitu Transformation Log.

**Tabel 8. Uji Linearitas Ramsey Reset Test (2)**

<b>Probability</b>	<b>Kesimpulan</b>
Prob.F-Statistic 0.0911	Uji Linearitas Terpenuhi

Sumber : Data sekunder diolah

Setelah dilakukan Transformasi Data, nilai Probability F-Statistic sebesar 0.0911 lebih besar dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan linear atau asumsi klasik uji linearitas telah terpenuhi.

#### **Uji t (Pengujian Secara Parsial)**

Tujuan dilakukannya uji t adalah untuk mengetahui signifikansi variabel independen yakni persentase jumlah pengguna telepon seluler, dan persentase jumlah pengguna internet untuk penjualan. Uji statistik t sebenarnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variabel independen. Kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut:

Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan kata lain nilai probabilitas < 0.05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.

Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan kata lain nilai probabilitas > 0.05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.



**Tabel 9. Uji t**

Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob.
C	-86742.61	30560.44	-2.838395	0.0076
TELP	17.19650	5.739056	2.996399	0.0051
INTSELL	-2621.640	1660.676	-1.578659	0.1237

Variabel Dependen : Perdagangan

Sumber : Data sekunder diolah

Variabel X1 (TELP) memiliki nilai t-statistics sebesar 2.996399 dengan nilai Prob. (Signifikansi) sebesar 0.0051 ( $< 0.05$ ), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X1 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (PERDAGANGAN).

Variabel X2 (INTSELL) memiliki nilai t-statistics sebesar -1.578659 dengan nilai Prob. (Signifikansi) sebesar 0.1237 ( $> 0.05$ ), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X2 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (PERDAGANGAN).

#### Hasil Analisis Persamaan Regresi:

$$Y = -86742,61 + 17,19650 \cdot X1 - 2621,640 \cdot X2 + e$$

Nilai konstanta memiliki nilai negatif sebesar -86742,61. Artinya apabila pengguna telepon dan internet sama dengan nol (0), maka perdagangan mengalami penurunan. Nilai koefisien regresi variabel TELP (X1) bernilai positif yaitu sebesar 17,19650. Artinya telepon berpengaruh positif terhadap perdagangan. Hal ini artinya jika variabel telepon mengalami kenaikan 1%, maka perdagangan akan naik sebesar 17,19650. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya dianggap konstan.

Nilai koefisien regresi variabel INTSELL (X2) bernilai negatif yaitu sebesar -2621,640. Artinya telepon berpengaruh negatif terhadap perdagangan. Hal ini artinya jika variabel internet mengalami kenaikan 1%, maka sebaliknya variabel perdagangan akan mengalami penurunan sebesar 2621,640. Dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dianggap konstan.

#### Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk melihat apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai p-value dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ )

Jika p-value  $> \alpha$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Jika p-value  $< \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

**Tabel 10. Uji F**

<b>R-squared</b>	<b>0.228393</b>
Adjusted R-squared	0.183005
S.E. of regression	17828.95
Sum squared resid	1.08E+10
Log likelihood	-413.1138
F-statistic	5.031948
Prob(F-statistic)	0.012182

Sumber : Data sekunder diolah

Dari hasil uji  $f$  simultan diketahui bahwa  $p\text{-value} < 0.05$  ( $0.012182 < 0.05$ ), artinya jumlah pengguna telepon dan pengguna internet untuk penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap sektor perdagangan.

Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi**

R-squared	0.228393
Adjusted R-squared	0.183005
S.E. of regression	17828.95
Sum squared resid	1.08E+10
Log likelihood	-413.1138
F-statistic	5.031948
Prob(F-statistic)	0.012182

Sumber : Data sekunder diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan melihat nilai *adjusted R-Square* sebesar 0.183005 maka dapat disimpulkan bahwa sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersamaan) sebesar 18%, sedangkan sisanya sebesar 84% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

## Kesimpulan

Melalui pengujian dengan menggunakan metode pendekatan regresi linear berganda dengan menggunakan uji asumsi klasik berbasis Least Square (LS) pada data cross section tahun 2022 dapat diperkirakan nilai sektor perdagangan dipengaruhi oleh jumlah pengguna telepon seluler. Hasil ini sama dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Yong Jing and Ab-Rahim 2020) yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi sangat berpengaruh dalam pertumbuhan ekonomi, atau dalam penelitian ini terkhusus pada sektor perdagangan untuk menaikkan angka pertumbuhan ekonomi.

Walaupun demikian, masih ada variabel lain di luar variabel pertama yang digunakan dalam penelitian yaitu persentase jumlah pengguna internet untuk penjualan yang tidak berpengaruh signifikan terhadap sektor perdagangan. Hal tersebut dikarenakan angka penjualan masyarakat Jawa Timur selama tahun 2022 sebagai pengimplementasian masuknya Technology Oriented pada Customers masih sangat kurang. Walaupun sudah diketahui bahwasannya lebih dari 60 % penduduk Jawa Timur telah mengakses internet di sepanjang tahun 2022. Oleh karena itu diharapkan dikemudian hari akan ada penelitian yang menunjang untuk menyempurnakan penelitian ini dengan menggali variabel-variabel independen baru yang masih relevan agar mendapatkan hasil yang lebih sempurna.

## BIBLIOGRAFI

- Asikin, Muhamad Zaenal, & Fadilah, Muhamad Opan. (2024). Masa Depan Kewirausahaan dan Inovasi: Tantangan dan Dinamika dalam Era Digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), 303–310.
- Fauzi, Aditya Ahmad, Kom, S., Kom, M., Budi Harto, S. E., Mm, P. I. A., Mulyanto, M. E., Dulame, Irma Maria, Pramuditha, Panji, Sudipa, I. Gede Iwan, & Kom, S. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Informasi di Berbagai Sektor Pada Masa Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Haykal, Hassanain. (2017). Pembangunan Hukum Siber Guna Pemanfaatan Ekonomi Berbasis Teknologi Informasi dalam Rangka Mewujudkan Ketahanan Nasional. *Dialogia Iuridica*, 9(1), 58–79.
- Indiarma, Verani. (2023). Inovasi Teknologi Informasi dan Komunikasi di Usaha Mikro Kecil Menengah Pedesaan (Adopsi Inovasi dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada UMKM di Desa Sukasari, Seluma). *Tuturlogi: Journal of Southeast Asian Communication*, 3(3), 90–100.
- Kholipah, Siti Ainul, Asikin, Muhamad Zaenal, Mijoyo, Mijoyo, Tarsini, Iin, & Khoerudin, Muhamad. (2024). Optimization of Natural Resources to Realize Community Welfare. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(2), 577–592.
- Kurnia, Nia, Darmawan, Deni, & Maskur, Maskur. (2018). Efektivitas Pemanfaatan Multimedia Pembelajaran Berbantuan Ispring Dalam Meningkatkan Motivasi Dan Hasil Belajar Pada Mata Pelajaran Bahasa Arab. *Teknologi Pembelajaran*, 3(1).
- Maswan, Khoirul Muslimin, & Muslimin, Khoirul. (2017). Teknologi pendidikan penerapan pembelajaran yang sistematis. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Nurjaya, Nurjaya, Affandi, Azhar, Ilham, Dodi, Jasmani, Jasmani, & Sunarsi, Denok. (2021). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Kemampuan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kinerja Aparatur Desa Pada Kantor Kepala Desa Di Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 4(3), 332. <https://doi.org/10.32493/jjsdm.v4i3.10460>
- Putra, Hijrah Purnama, & Yuriandala, Yebi. (2010). Studi pemanfaatan sampah plastik menjadi produk dan jasa kreatif. *Jurnal Sains & Teknologi Lingkungan*, 2(1), 21–31.
- Saebah, Nur, & Asikin, Muhamad Zaenal. (2022). Efektivitas Pengembangan Digital Bisnis pada Gen-Z dengan Model Bisnis Canvas. *Jurnal Syntax Transformation*, 3(11), 1534–1540.
- Tania, Vita Resty. (2020). Perancangan Sistem Informasi Penggajian Karyawan Pada Cv. Tri Multi Jaya Yogyakarta. *Jurnal Sistem Informasi Dan Sains Teknologi*, 2(1).
- N. K. Aula and S. Suharto, “Pengaruh e-commerce terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia,” *J. Kebijak. Ekon. dan Keuang.*, vol. 1, no. 1, pp. 39–48, 2021, doi: 10.20885/jkek.vol1.iss1.art4.
- R. Ilyas and R. Hartono, Digitalisasi UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi Digitalisasi UMKM dan Pertumbuh Ekonomi. 2023.
- Y. Aryani, W. Andari, and S. Suhindarto, “Pengaruh Teknologi Informasi dan E-Commerce terhadap Perdagangan Indonesia ke Negara ASEAN,” *J. Ekon. Indones.*, vol. 9, no. 1, pp. 53–66, 2020, doi: 10.52813/jei.v9i1.30.
- J. E. Trisakti, “PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI,” vol. 3, no. 2, pp. 2891–2900, 2023.
- A. A. Tanjung, M. Syafii, S. B. Tarigan, and W. G. Harahap, “Analisis Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia: Model Data Panel,” *Ekon. Keuangan, Investasi dan Syariah*, vol. 4, no. 2, pp. 567–575, 2022, doi:

- 10.47065/ekuitas.v4i2.2223.
- M. R. Taufikurahman and A. H. Firdaus, “Dampak Pemanfaatan Teknologi Digital pada Sektor Perdagangan Terhadap Produktivitas, Tenaga Kerja dan Pertumbuhan Ekonomi,” *Bul. Ilm. Litbang Perdagangan*, vol. 14, no. 2, pp. 195–214, 2020.
- E.Putra, “40236-ID-pengaruh-harga-terhadap-kepuasan-konsumen-pada-citra-swalayan-dengan-variabel in,” *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi* , vol. 2. 2014.
- Badan Pusat Statistik, “Statistik Kesejahteraan Rakyat Provinsi Jawa Timur 2022.” 2022.
- Ruslan and A. Kurhani, “Pengaruh Pengawasan dan Kemampuan Kerja terhadap Kinerja Pegawai Kejaksaan Tinggi Sumatera Selatan,” *J. Manivestasi*, vol. 2, no. 1, pp. 94–111, 2020.
- M. Masfiatun, M. S. M. Supriyadi, and M. Nahdila, “Dampak ekonomi digital dan tingkat inflasi terhadap pertumbuhan sektor ekonomi di indonesia,” *Fair Value J. Ilm. Akunt. dan Keuang.*, vol. 5, no. 6, pp. 2745– 2750, 2023, [Online]. Available: <https://www.journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/2873>.
- Röding, Tobias, Bernhard Swoboda, and Thomas Foscht Hanna Schramm-Klein Hrsg. n.d. *Technology-Oriented Customer Touchpoints in Context of Services in Retailing A Differentiated Analysis on Social Presence and Privacy Calculus Handel Und Internationales Marketing Retailing and International Marketing*.

---

**Copyright holder:**

Widya Okta Putri Isnaeni, Renny Oktafia (2024)

**First publication right:**

Advances in Social Humanities Research

**This article is licensed under:**

