

ANALISIS PENGARUH EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI IMPLEMENTASI TEKNOLOGI INFORMASI KOMPUTER, MEDIA INTERAKSI ONLINE, DAN KOMUNIKASI BISNIS TERHADAP PRODUKTIVITAS BISNIS PERCETAKAN *DIGITAL PRINTING AND ADVERTISING* (Studi Kasus CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkal Pinang)

FIRNA SUSANTIE
MIMPIN SITEPU
NELLY ASTUTI

Management Program
STIE-IBEK Bangka Belitung
Pangkal Pinang, Indonesia
e.jurnal@stie-ibek.ac.id

Abstract- The purpose of this research is to know how big influence Effectiveness and Efficiency of independent variable that is Computer Information Technology, online interaction media and Bussiness Communication influence dependent variable that is Business Productivity. This research is run by using quantitative data analysis, statistical test analysis, multiple linear regression analysis and coefficient of determination analysis. The data used in this study is Primary data. Statistical data processing using SPSS Version 22

The result of data processing stated that the variable of Computer Information Technology partially has positive and significant influence to Business Productivity with $t_{count} (2,315) > t_{table} (1,67722)$ and $sig\ 0,008 < 0,05$, so H_0 is rejected and H_1 is accepted. Online Media Interaction Variables partially have a positive and significant influence on Business Productivity with $t_{count} (2,974) > t_{table} (1,67722)$ and $sig\ 0,006 < 0,05$, so H_0 is clearly rejected and H_1 accepted. Business Communication Variables partially have positive and significant influence to Business Productivity with $t_{count} (2,743) > t_{table} (1,67722)$ and $sig\ 0,009 < 0,05$, so H_0 is clearly rejected and H_1 accepted. Simultaneously, Computer Information Technology, Online Interaction and Business Communication variables have positive and significant influence on Business Productivity with the value obtained $F_{count} (4,782) > F_{table} (2,81)$ and $Sig\ (0,006) < 0,05$, H_0 is rejected and H_1 accepted. For R square, the value of 0,721 or 72,1% means independent variable can influence or explain the dependent variable together 72,1%, and the rest 27,9% can be explained by other independent variable not used in research this.

Keywords : Computer Information Technology, online interaction media, Bussiness Communication.

I. PENDAHULUAN

Usaha percetakan adalah sektor usaha industri kreatif yang cukup banyak jenisnya seperti : sablon manual / digital, *graphic design*, *digital printing*, media cetak, dan *advertising*. Bisnis percetakan semakin dipermudah eksistensinya, baik itu dari segi teknologi cetak, operasionalisasi, dan tenaga pendesain. Tidak hanya sekedar jasa mencetak saja, percetakan juga memperhatikan desain dari setiap produk yang dihasilkan (Benny S, 2012).

Dalam beberapa tahun terakhir, usaha bisnis percetakan semakin berkembang, baik dalam skala besar, menengah, maupun skala kecil. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya pemain baru dalam bisnis percetakan, karena produk yang dihasilkan adalah kebutuhan banyak orang. Mengingat peluang bisnis percetakan cukup menjanjikan, banyak kalangan usaha yang beralih ke dunia bisnis ini.

Demikian halnya di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, usaha percetakan dalam bentuk digital printing sudah berkembang pesat, adapun di Bangka Belitung sendiri sudah memiliki percetakan *digital printing and advertising* dengan baik, yang membedakan adalah terdapat berbagai macam keinginan produktivitas konsumen yang tidak ada dalam percetakan itu sendiri, disebabkan berbagai macam faktor utama seperti :

1. Keahlian atau Sumber Daya Manusia yang terbatas
2. Mesin dan alat produksi lainnya yang terbatas
3. Biaya dan kendala Produksi yang mahal
4. Manajemen dan pengawasan yang kurang dari perusahaan.

Seperti hal nya pada CV. Grafiti Stamp Advertindo dalam melakukan proses produksinya dengan bermacam mesin dalam pembuatannya misalkan salah satunya dari digital printing *indoor/outdoor*, banner, spanduk, *backdrop* dan lain-lain saat ini banyak digunakan sebagai media promosi mandiri yang dicetak dalam media plastik, nylon, vinyl dan lain-lain. Banner sifatnya fleksibel, bisa dipajang di berbagai lokasi, baik outdoor maupun indoor, sehingga mampu menyampaikan informasi tentang produk atau kegiatan yang ditawarkan kepada pelanggan secara lebih luas. Karena aplikasinya berbeda, media yang digunakan untuk produk cetak *indoor* dan *outdoor* pun berbeda spesifikasinya, masing-masing memiliki nilai plus minus. Sebagai contoh, untuk aplikasi *outdoor* pencetakan dilakukan dengan menggunakan media dan jenis tinta yang tahan terhadap paparan cahaya matahari. Untuk untuk aplikasi *indoor*, karena posisi peletakkannya lebih dekat dengan mata, maka akurasi warna dan penggunaan tinta yang tidak mengganggu kesehatan tentu

lebih diutamakan. Demikian juga dengan baliho atau media iklan dalam ukuran besar dan panjang. Saat ini, baliho dan spanduk banyak digunakan sebagai media promosi outdoor. Pada awalnya, spanduk dicetak dengan menggunakan bahan dasar kain nylon. Dengan teknologi digital printing, spanduk dicetak menggunakan mesin digital berukuran besar dan bahan yang lebih beragam, sehingga gambar lebih realistis dan warna yang dicetak sesuai dengan keinginan pelanggan.

Loyalitas konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Jika pelayanan yang diberikan berkualitas, maka dengan sendirinya akan membantu perusahaan tersebut dalam membina relasi dengan para pelanggan. Kesan bagi perusahaan, pelayanannya akan menambah kepuasan pelanggan dan penjualan pelayanan pun akan sesuai dengan apa yang diharapkan perusahaan.

Teknologi Informasi merupakan teknologi yang tidak hanya pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang akan digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan mencakup teknologi komunikasi untuk mengirim atau menyebarkan informasi (Martin 1999-Abdul Kadir dan Terra Ch. Triwahyuni 2003). Bagi teknologi itu sendiri yang merupakan produk yang berkembang di masyarakat luas dari media cetak maupun elektronik yang menyajikan informasi bentuk tulisan, suara maupun gambar sehingga terciptalah suatu komunikasi yang dimana De Vito (1997) menjelaskan bahwa komunikasi antar pribadi atau komunikasi interpersonal adalah Proses pengiriman dan penerimaan di antara dua orang atau sekelompok kecil dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika. Fungsi dan tujuannya agar lebih mudah dalam prosesnya. Perusahaan penyedia jasa informasi bersaing untuk menyediakan informasi terkini yang dibutuhkan oleh masyarakat. Sedangkan pada masyarakat itu sendiri hendaknya harus pandai untuk memilih sumber informasi yang dapat dipercaya dengan berita yang jelas dan akurat, serta dapat dipertanggung jawabkan. Dalam teknologi informasi dan komputer yang hadir guna mempermudah kebutuhan manusia itu sendiri tentunya sangat dirasakan oleh setiap orang yang menggunakannya. Adapun perkembangan dunia teknologi informasi yang demikian pesatnya telah membawa manfaat luar biasa bagi kemajuan peradaban umat manusia. Kegiatan komunikasi yang sebelumnya menuntut peralatan yang begitu rumit, kini relatif sudah digantikan oleh perangkat mesin-mesin otomatis. Adapun efektivitas penggunaan teknologi informasi itu sendiri dalam berkomunikasi dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap ruang lingkup sehari-hari, terdapat pengaruh positif dan negatif didalamnya. Contoh sederhananya untuk pengaruh positif adalah dapat berkomunikasi meskipun dalam keadaan atau kondisi yang jauh, dan untuk kekurangannya adalah resiko mis komunikasi karena tidak berpapasan secara langsung yang lebih memberikan peluang keterbukaan antar komunikator dan komunikan.

Adapun tujuan penelitian ini, dapat dijelaskan serta uraiannya sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi implementasi teknologi informasi dan komputer bisnis membawa pengaruh yang signifikan didalam produktivitas bisnis percetakan *digital printing and advertising* pada CV. Grafiti Stamp Advertindo.
2. Untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi implementasi teknologi informasi dan komputer

bisnis dapat mempengaruhi CV. Grafiti Stamp Advertindo dilihat dari produktivitas perspektif kelebihan dan kelemahan dari perkembangannya yang sangat pesat.

3. Untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi implementasi teknologi informasi dan komputer bisnis dapat berperan dengan baik di CV. Grafiti Stamp Advertindo.
4. Untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi implementasi teknologi informasi dan komputer bisnis dapat diseimbangkan dilihat dari perspektif pelanggan.
5. Untuk Mengetahui akibat yang ditimbulkan apabila efektivitas dan efisiensi implementasi teknologi informasi dan komputer bisnis tidak diterapkan dengan benar.

II. LANDASAN TEORI

Pengertian Efektivitas Implementasi

Pengertian efektivitas menurut Abdurahmat adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu secara suda ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah pekerjaan tepat pada waktunya (2006). Dengan kata lain, penilaian efektivitas harus berkaitan dengan masalah sasaran maupun tujuan. Sedangkan dalam teori manajemen pendidikan, efektivitas diartikan ukuran keberhasilan mencapai tujuan organisasi. Suatu organisasi dikatakan efektif bila organisasi itu mencapai tujuan dalam organisasi tersebut. Dalam hal ini, efektivitas sebagai tingkat pencapaian organisasi dalam jangka pendek dan jangka panjang. Organisasi itu efektif jika memenuhi kepuasan pelanggan, mencapai visi organisasi, pemenuhan aspirasi, menghasilkan keuntungan bagi organisasi, pengembangan sumber daya manusia organisasi, dan aspirasi yang dimiliki, serta memberikan dampak positif bagi masyarakat di luar organisasi”.

Pengertian Efisiensi Implementasi

Kondisi diatas tidak akan menjadi masalah jika Dalam kamus besar pengertian efisiensi adalah kemampuan menjalankan tugas dengan baik dan tepat (dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga dan biaya). Menurut Sedarmayanti (2014) Efisiensi adalah “ukuran tingkat penggunaan sumber daya dalam suatu proses. Semakin hemat atau sedikit penggunaan sumber daya, maka prosesnya dikatakan semakin efisien. Proses yang efisien ditandai dengan perbaikan proses sehingga menjadi lebih murah dan lebih cepat”.

Menurut Dearden yang di terjemahkan oleh Agus Maulana dalam bukunya yang berjudul “Sistem Pengendalian Manajemen”, pengertian efisiensi adalah “kemampuan suatu unit organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan, efisiensi selalu dikaitkan dengan tujuan organisasi yang harus dicapai oleh instansi. Dengan kata lain Efisiensi adalah kemampuan menjalankan sesuatu dengan tingkatan ukuran yang tepat pada sasaran dengan biaya yang relatif kecil”.

Pengertian Teknologi

Kata teknologi berasal dari bahasa Yunani, *technologia techne* yang berarti keahlian dan logika yang berarti pengetahuan. Teknologi mengacu pada objek benda yang dipergunakan untuk kemudahan aktivitas manusia, seperti

mesin, perkakas, atau perangkat keras. Menurut Jaques Ellul (1967) Teknologi adalah keseluruhan metode yang secara rasional mengarah dan memiliki ciri efisiensi dalam setiap bidang kegiatan manusia.

Teknologi adalah cara melakukan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan bantuan alat dan akal sehingga seakan-akan memperpanjang, memperkuat, atau membuat lebih ampuh anggota tubuh, panca indera, dan otak manusia (Syahbana, 1980) Tingkat Kontrak Penyedia Jasa Dan Pelanggan.

Pengertian Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi adalah peralatan perangkat keras dalam sebuah struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses, dan saling tukar menukar informasi dengan individu-individu lainnya. Teknologi komunikasi juga berarti segala sesuatu yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke perangkat yang lainnya (Wikipedia, 2015).

Pendapat lain dikemukakan oleh Hovland, Janis & Kelley (1953) komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka dan lain-lain.

Peran teknologi informasi bagi sebuah perusahaan dapat kita lihat dengan menggunakan kategori yang diperkenalkan oleh G.R. Terry, ada 5 peranan mendasar teknologi informasi di sebuah perusahaan, yaitu:

1. Fungsi Operasional

Akan membuat struktur organisasi menjadi lebih ramping telah diambil alih fungsinya oleh teknologi informasi. Karena sifat penggunaannya yang menyebar di seluruh fungsi organisasi, unit terkait dengan manajemen teknologi informasi akan menjalankan fungsinya sebagai *supporting agency* dimana teknologi informasi dianggap sebagai sebuah *firm infrastructure*.

2. Fungsi Monitoring and Control

Mengandung arti bahwa keberadaan teknologi informasi akan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan aktivitas di level manajerial *embedded* di dalam setiap fungsi manajer, sehingga struktur organisasi unit terkait dengannya harus dapat memiliki *span of control* atau *peer relationship* yang memungkinkan terjadinya interaksi efektif dengan para manajer di perusahaan terkait.

3. Fungsi Planning and Decision

Mengangkat teknologi informasi ke tataran peran yang lebih strategis lagi karena keberadaannya sebagai enabler dari rencana bisnis perusahaan dan merupakan sebuah *knowledge generator* bagi para pimpinan perusahaan yang dihadapkan pada realitas untuk mengambil sejumlah keputusan penting sehari-harinya. Tidak jarang perusahaan yang pada akhirnya memilih menempatkan unit teknologi informasi sebagai bagian dari fungsi perencanaan dan/atau pengembangan korporat karena fungsi strategis tersebut di atas.

4. Fungsi Communication

Secara prinsip termasuk ke dalam *firm infrastructure* dalam era organisasi moderen dimana teknologi informasi ditempatkan posisinya sebagai sarana atau media individu

perusahaan dalam berkomunikasi, berkolaborasi, berkooperasi, dan berinteraksi.

5. Fungsi Interorganizational

Merupakan sebuah peranan yang cukup unik karena dipicu oleh semangat globalisasi yang memaksa perusahaan untuk melakukan kolaborasi atau menjalin kemitraan dengan sejumlah perusahaan lain. Konsep kemitraan strategis atau *partnerships* berbasis teknologi informasi seperti pada implementasi *Supply Chain Management* atau *Enterprise Resource Planning* membuat perusahaan melakukan sejumlah terobosan penting dalam mendesain struktur organisasi unit teknologi informasinya. Bahkan tidak jarang ditemui perusahaan yang cenderung melakukan kegiatan pengalihdayaan atau *outsourcing* sejumlah proses bisnis terkait dengan manajemen teknologi informasinya ke pihak lain demi kelancaran bisnisnya. Tipe dan fungsi peranan teknologi informasi ini secara langsung akan berpengaruh terhadap rancangan atau desain struktur organisasi perusahaan, dan struktur organisasi departemen, divisi, atau unit terkait dengan sistem informasi, teknologi informasi, dan manajemen informasi.

Pengertian Produktivitas Kerja Perusahaan

Pengertian Produktivitas merupakan istilah dalam kegiatan produksi sebagai perbandingan antara luaran (output) dengan masukan (input). produktivitas dapat digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan suatu industri atau UKM dalam menghasilkan barang atau jasa. Sehingga semakin tinggi perbandingannya, berarti semakin tinggi produk yang dihasilkan. Ukuran-ukuran produktivitas bisa bervariasi, tergantung pada aspek-aspek output atau input yang digunakan sebagai agregat dasar. Produktivitas kerja adalah kemampuan karyawan dalam memproduksi dibandingkan dengan input yang digunakan, seorang karyawan dapat dikatakan produktif apabila mampu menghasilkan barang atau jasa sesuai dengan diharapkan dalam waktu yang singkat atau tepat.

Menurut Sinungan (2014) mengemukakan bahwa Produktivitas adalah suatu konsep yang bersifat universal yang bertujuan untuk menyediakan lebih banyak barang dan jasa yang akan digunakan oleh banyak man usia, dengan menggunakan sumber- sumber riil yang semakin sedikit.

Menurut Mathis and Jackson (2006) mendefinisikan produktivitas sebagai pengukuran atas kuantitas dan kualitas dari pekerja yang diselesaikan, dengan mempertimbangkan biaya dari sumber daya yang digunakan. Menurut Sutrisno (2009) produktivitas secara umum diartikan sebagai hubungan antara keluaran (barang-barang atau jasa) dengan masukan (tenaga kerja, bahan, uang).

Definisi Konsep Digital Printing and Advertising

Kipphan (2001) menyatakan bahwa *Digital printing* adalah "salah satu sub kategori dari printing komersial yang mempunyai keunggulan pada kecepatan pencetakan lembaran dokumen secara langsung melalui komputer tanpa melalui bantuan perantara seperti film atau pencetakan plat seperti yang ada pada percetakan *offset* konvensional. Keuntungan *digital printing* bila dibandingkan dengan printing *offset* konvensional adalah kemampuannya untuk memproduksi dengan skala ekonomis pada kuantitas kecil dengan harga yang rendah. Hal ini sangat berbeda dengan 3 pencetakan

dengan menggunakan mesin *offset* yang skala ekonomisnya dapat tercapai pada *order* dengan kuantitas besar. Karena kemampuan untuk berproduksi dengan biaya rendah pada jumlah yang minimum itulah, *digital printing* perlahan-lahan mampu menggantikan peranan percetakan *offset*. Meskipun kualitas cetaknya masih sedikit berada di bawah *offset* namun konsumen cenderung untuk mengabaikan karena proses pencetakan yang cepat dan biayanya murah.

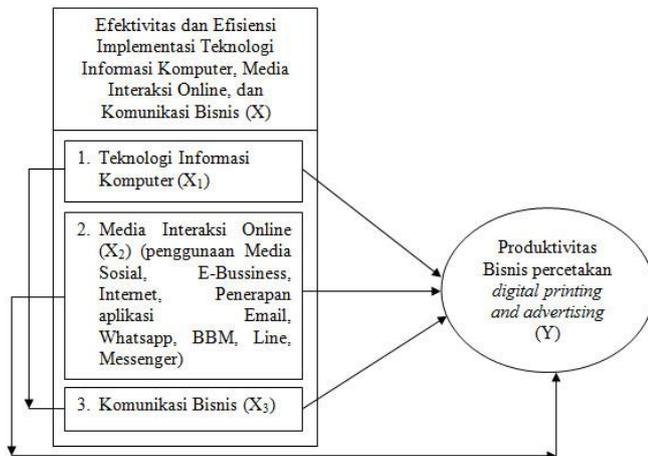
Pengaplikasian Digital Printing and Advertising

Untuk dari segi aplikasi dan kebutuhannya *digital printing* dapat dibagi dalam beberapa kelompok, seperti *POD (Print on Demand)*, *Large format printer or wide format printer*, *DCP (Digital Color Proofing)*, dan *Photography Digital*. *Digital printing* dapat dikelompokkan lagi dalam kelompok layanan produk yang Salah satu produk yang bisa dikerjakan dengan Mesin *Digital printing* adalah jenis cetak sablon (cetak saring) yang mediana sangat beragam, seperti *t-shirt*, *mugs*, dan *ID Card*. Dalam proses pembuatan produk *digital printing* jenis ini, pelanggan bisa membuat desain sendiri dengan format file digital. Harga pun bisa lebih murah karena dapat memesan produk dengan jumlah sesuai kebutuhan sehingga tidak memerlukan banyak bahan. Keunggulan cetak digital ini adalah sifatnya yang eksklusif karena dicetak dalam jumlah terbatas.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir dalam penelitian disusun berdasarkan variable penelitian yaitu:

GAMBAR 1 KERANGKA PIKIR



Sumber : Diolah oleh Peneliti (2018)

Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah dan kajian pustaka, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Variabel (X₁)

Ho = Diduga efektivitas dan efisiensi implementasi teknologi informasi komputer tidak berpengaruh terhadap Produktivitas Bisnis percetakan digital printing and advertising.

H1 = Diduga efektivitas dan efisiensi implementasi teknologi informasi komputer berpengaruh terhadap Produktivitas Bisnis percetakan digital printing and advertising.

2. Variabel (X₂)

Ho = Diduga efektivitas dan efisiensi media interaksi online tidak berpengaruh terhadap produktivitas Bisnis percetakan digital printing and advertising.

H2 = Diduga efektivitas dan efisiensi media interaksi online berpengaruh terhadap Produktivitas Bisnis percetakan digital printing and advertising.

3. Variabel (X₃)

Ho = Diduga efektivitas dan efisiensi komunikasi bisnis tidak berpengaruh terhadap Produktivitas Bisnis percetakan digital printing and advertising

H3 = Diduga efektivitas dan efisiensi Komunikasi bisnis berpengaruh terhadap Produktivitas Bisnis percetakan digital printing and advertising

4. Variabel (X₁, X₂ dan X₃)

Ho = Diduga efektivitas dan efisiensi implementasi teknologi informasi komputer, media interaksi online, dan komunikasi bisnis tidak berpengaruh terhadap produktivitas Bisnis percetakan digital printing and advertising

H4 = Diduga efektivitas dan efisiensi implementasi teknologi informasi komputer, media interaksi online, dan komunikasi bisnis berpengaruh terhadap produktivitas Bisnis percetakan digital printing and advertising.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Populasi

Populasi merupakan seluruh data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup & waktu yang telah ditentukan. Populasi berkaitan dengan data-data. Jika setiap manusia memberikan suatu data, maka ukuran atau banyaknya populasi akan sama dengan banyaknya manusia (Margono, 2004).

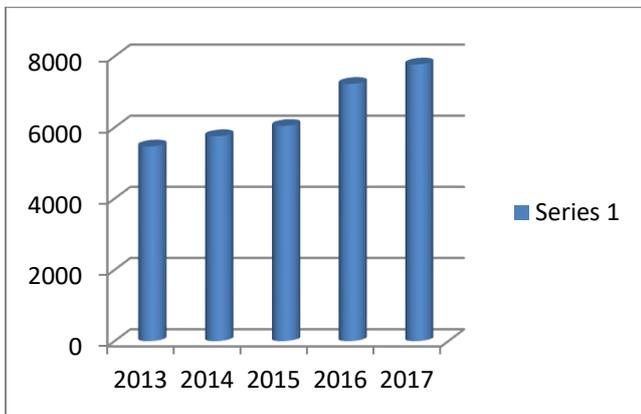
Menurut Sugiyono (2008) Populasi merupakan “wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau objek yang memiliki karakter & kualitas tertentu yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik sebuah kesimpulan”.

Arikunto (2001) menyatakan bahwa “jika subjek kurang dari 100 lebih baik diambil semua sehingga penelitian merupakan penelitian populasi”. Populasi dalam penelitian ini diperoleh dari daftar pembeli di CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang, Jalan Depati Amir, No. 5 tahun 2013–2017 yang berjumlah 32.286 orang, Sehingga Populasi dalam penelitian ini dipilih sebanyak 50 orang responden secara random (acak) dari penyeleksian 100 mitra selaku daftar pelanggan dan Mitra tetap CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang.

TABEL 1
Jumlah Pembeli
CV. Grafiti Stamp Advertindo

No	Tahun	Jumlah Pembeli
1.	2013	5472
2.	2014	5760
3.	2015	6048
4.	2016	7230
5.	2017	7776
Total		32.286

GRAFIK 1
Jumlah Pembeli
CV. Grafiti Stamp Advertindo



Oprasional Variabel Penelitian

1. Penelitian

TABEL 2.
Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Skala
1.	Implementasi Teknologi Informasi Komputer (X ₁)	1. Partisipasi Konsumen 2. Kepemilikan 3. Penilaian pengaruh dalam produktivitas 4. Kapasitas teknologi 5. partisipasi pendukung 6. Hasil Maksimal 7. Penggunaan yang fleksibel 8. Melihat secara detail 9. Prioritas Komunikasi a. Pacuan interaksi	Likert
2.	Media Interaksi Online(X ₂)	1. Prasarana informasi 2. Media 3. Pemasaran produksi 4. Strategi Informasi 5. Kepuasan pribadi 6. Faktor pendukung niat beli konsumen 7. Media Informasi Media Informasi	Likert
3.	Komunikasi Bisnis (X ₃)	1. Kepercayaan Konsumen 2. Konflik 3. Media Komunikasi langsung 4. Lokasi yang efisien 5. Kebutuhan Aplikasi 6. Ketepatan	Likert
4.	Produktivita	1. Hasil Maksimal 2. Penyesuaian 3. Harga yang ditawarkan	Likert

- s (Y) 4. Waktu yang diperlukan
- 5. Berdasarkan kebutuhan
- 6. Pacuan Waktu
- 7. Pemasaran tidak langsung
- 8. Pemasaran Langsung
- 9. Efektif
Kepuasan
Konsumen

Sumber Diolah Peneliti

Sampel

Sampel merupakan suatu bagian dari populasi, untuk menentukan ukuran sampel pada penelitian ini mengingat jumlah populasi kecil maka dilakukan pengambilan terhadap keseluruhan dari penyebaran kuesioner sebanyak 50 sampel responden dengan tidak memasukan peneliti dan karyawan atas sesuai jumlah dengan pelanggan dan pembeli yang ada di CV. Grafiti Stamp Advertindo. Pemilihan Teknik sampling menggunakan teknik sampling jenuh karena dengan metode tersebut teknik pengambilan anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi dan subject/object penelitiannya kurang dari 100 orang maka penelitian ini merupakan penelitian populasi atau sensus (Arikuntur:2001).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang diinginkan = 10%

Jika diketahui jumlah populasi pembeli elektronik CV. Grafiti Stamp Advertindo tahun 2013 – 2017 adalah 32286 orang, maka jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{32286}{1 + 32286(10\%)^2}$$

n = 99,6

Dari perhitungan rumus di atas, besaran sampel sebesar 99,7 dan dibulatkan menjadi 99 responden.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Data yang dikumpulkan oleh peneliti dibagi atas dua jenis data, yaitu:

1. Data Primer

Merupakan data yang didapat dari sumber pertama, baik dari individu atau perusahaan. Data primer didapatkan melalui cara sebagai berikut :

a. Wawancara

Peneliti melakukan tanya jawab kepada responden maupun pihak – pihak lain yang terkait, untuk mendapatkan informasi penting yang berhubungan dengan objek penelitian.

b. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan – kegiatan di CV. Grafiti Stamp Advertindo dalam proses kerja selama masa penelitian.

c. Kuesioner

Untuk mendapatkan data mengenai gambaran ini terhadap objek penelitian, peneliti menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan yang diajukan kepada pihak yang berhubungan langsung dengan masalah yang akan diteliti oleh responden sendiri.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui library research yakni dengan cara membaca dan mempelajari literatur–literatur, baik yang berupa buku-buku perpustakaan, catatan kuliah, serta referensi-referensi lain yang berhubungan dengan penelitian.

Dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan data primer yaitu dengan menggunakan kuesioner yang merupakan suatu metode dengan cara memberikan sejumlah susunan pernyataan untuk memperoleh jawaban dari responden, kuesioner ditujukan kepada data konsumen yang ada di CV. Grafiti Stamp Advertindo.

Sumber Data

Berikut adalah beberapa tipe data dalam analisis empiris. Menurut pengertiannya, analisis empiris adalah cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan (Saugiyono, 2013).

a. Data Time Series.

Secara sederhana, konsep dari data *time series* adalah data yang memiliki runtun waktu yang lebih dari satu tahun pada satu objek atau data yang dikumpulkan dari waktu ke waktu terhadap satu individu/objek. Data tersebut tersebut dapat dikumpulkan secara berkala pada interval tertentu, misalnya harian, mingguan, bulanan, atau tahunan. Meskipun data time series sering digunakan dalam penelitian ekonomi sebenarnya data time series sering menimbulkan masalah dalam analisisnya, terutama masalah stationary. Secara singkat data yang tidak stationer adalah data dimana nilai rata-rata dan variansnya tidak sistematis dalam kurun waktu tertentu.

b. Data Cross Section.

data yang memiliki objek yang banyak pada tahun yang sama atau data yang dikumpulkan dalam satu waktu terhadap banyak objek. Pengertian objek di sini bisa macam-macam dan berupa banyak hal seperti misalnya individu/orang, perusahaan, bank, daerah (kabupaten dan kota), dan bahkan negara.

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data cross section karena data yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dari respon lebih dari satu data seperti mengenai Efektivitas dan efisiensi Implementasi teknologi informasi komputer, informasi dan komunikasi di ruang lingkup CV. Grafiti Stamp Advertindo.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penulisan skripsi peneliti mengadakan penelitian pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang. Dalam penelitian digunakan beberapa cara teknik pengumpulan data, diantaranya sebagai berikut :

Kuesioner (data primer)

Sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian atau hasil pengujian (benda). Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode survei) atau penelitian benda (metode observasi).

Dokumentasi (data sekunder)

Sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya.

Analisis Pengujian Statistik**Uji Validitas**

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar, 1986). Selain itu validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Cooper dan Schindler dalam Zulganef, 2006).

Uji Reabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability*. Pengertian dari *reliability* (reliabilitas) adalah keajegan pengukuran (Walizer, 1987).

Sugiharto dan Situnjak (2006) menyatakan bahwa “reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan”.

Uji Asumsi Klasik**1. Uji Normalitas**

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan sebuah situasi yang menunjukkan adanya korelasi atau hubungan kuat antara dua variabel bebas atau lebih dalam sebuah model regresi berganda. Dalam situasi terjadi multikolinearitas dalam sebuah model regresi berganda, maka nilai koefisien beta dari sebuah variabel bebas atau variabel predictor dapat berubah secara dramatis apabila ada penambahan atau pengurangan

variabel bebas di dalam model. Oleh karena itu, multikolinearitas tidak mengurangi kekuatan prediksi secara simultan, namun mempengaruhi nilai prediksi dari sebuah variabel bebas. Nilai prediksi sebuah variabel bebas disini adalah koefisien beta. Oleh karena itu, sering kali kita bisa mendeteksi adanya multikolinearitas dengan adanya nilai standar error yang besar dari sebuah variabel bebas dalam model regresi.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi bertujuan untuk melihat pengaruh hubungan antar variabel interval atau rasio (Rangkuti, 2005) Penerapannya dapat dijumpa secara luas dibanyak bidang seperti teknik, ekonomi dan manajemen, dan ilmu-ilmu sosial. Pada penelitian ini digunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS versi 22.

Dari variabel bebas dan variabel terikat tersebut maka akan digunakan rumus persamaan regresi berganda sebagai berikut.

$$PRDK = a + b_1IT + b_2SIK + b_3PK + e$$

Dimana :

A	= Konstanta
b_1, b_2, b_3	= Koefisien Regresi Variabel
PRDK (Y)	= Produktivitas Perusahaan
IT (X_1)	= Implementasi teknologi informasi komputer
SIK (X_2)	= Media interaksi online
PK (X_3)	= Penerapan Komunikasi
e	= Standard Error

4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen Implementasi teknologi informasi komputer (X_1), Informasi (X_2) dan Komunikasi Bisnis (X_3) secara bersama-sama terhadap variabel dependen Produktivitas Bisnis (Y), Koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variabel-variabel dependen. R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaiknya R^2 sama dengan 1, maka presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna (Duwi Priyanto, 2010). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Kd = (r^2) \times 100\%$$

Dimana = Koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi product moment

Pengujian Hipotesis**1. Uji T (t - Tes)**

Digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen yaitu Implementasi teknologi informasi komputer. Media interaksi online, komunikasi bisnis berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu produktivitas.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (X) secara simultan (bersama – sama) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

IV. PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas adalah uji statistik yang digunakan untuk menentukan seberapa valid suatu item pernyataan mengukur variabel yang diteliti. Suatu item pernyataan dikatakan valid bila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, sebaliknya jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka suatu item pernyataan tersebut dikatakan tidak valid. Pada penelitian ini populasi sebanyak 50 responden. $r\text{-tabel}$ pada penelitian ini adalah 0,279 ($df = n-k-1$ atau $df = 50-1-1 = 48$) dengan $\alpha = 0,05$ atau sebesar 5%. Hasil uji validitas disajikan sebagai berikut:

1. Variabel Teknologi Informasi Komputer (X_1)

Nilai koefisien korelasi dari hasil uji validitas untuk variabel Variabel Teknologi Informasi Komputer dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

TABEL 3 Hasil Uji Validitas Variabel X_1

Sumber : Data primer diolah peneliti

Variabel Teknologi Informasi Komputer (X_1)			
Nomor Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P1	0,402	0,279	Valid
P2	0,414	0,279	Valid
P3	0,317	0,279	Valid
P4	0,503	0,279	Valid
P5	0,415	0,279	Valid
P6	0,519	0,279	Valid
P7	0,421	0,279	Valid
P8	0,298	0,279	Valid
P9	0,327	0,279	Valid
P10	0,328	0,279	Valid

Berdasarkan data yang tertera pada Tabel seluruh instrumentsebanyak 10 item pernyataan dari variabel Variabel Teknologi Informasi Komputer diatas dikatakan *valid*.

TABEL 4 Hasil Uji Validitas X_2

Media Interaksi Online (X_2)			
Nomor Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P1	0,402	0,279	Valid
P2	0,500	0,279	Valid
P3	0,411	0,279	Valid
P4	0,417	0,279	Valid
P5	0,505	0,279	Valid
P6	0,517	0,279	Valid
P7	0,408	0,279	Valid
P8	0,403	0,279	Valid

Berdasarkan data yang tertera pada Tabel V.6 seluruh instrument sebanyak 8 item pernyataan untuk variabel variabel media interaksi online diatas dikatakan *valid*.

TABEL 5 Hasil Uji Validitas Variabel X_3

Sumber : Data primer diolah peneliti

Komunikasi Bisnis (X_3)			
Nomor Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P1	0,420	0,279	Valid
P2	0,370	0,279	Valid
P3	0,428	0,279	Valid
P4	0,411	0,279	Valid
P5	0,405	0,279	Valid
P6	0,527	0,279	Valid

Berdasarkan data yang tertera pada Tabel V.7 seluruh instrument sebanyak 6 item pernyataan untuk variabel Komunikasi Bisnis diatas dikatakan *valid*.

Produktivitas Bisnis (Y)

Nomor Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
P1	0,388	0,279	Valid
P2	0,428	0,279	Valid
P3	0,297	0,279	Valid
P4	0,407	0,279	Valid
P5	0,351	0,279	Valid
P6	0,416	0,279	Valid
P7	0,420	0,279	Valid
P8	0,404	0,279	Valid
P9	0,527	0,279	Valid
P10	0,418	0,279	Valid

TABEL 6 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Sumber : Data primer diolah peneliti

Berdasarkan data yang tertera pada Tabel V.8 seluruh instrument sebanyak 10 item pernyataan untuk variabel Produktivitas Bisnis percetakan *digital printing andadvertising*(Y) diatas dikatakan *valid*.

Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas data adalah uji untuk melihat konsistensi suatu pengukuran dari suatu variabel. Suatu pengukuran dapat dikatakan reliabilitas apabila memiliki koefisien *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 (Danang Sunyoto, 2011).Variabel *Tangible* (X_1)

TABEL 7 Uji Reliabilitas Data

No	Variabel	Cronbach'sAlpha	Keterangan
1.	Teknologi Informasi Komputer (X_1)	0,843	Reliable
2.	Media Interaksi Online (X_2)	0,718	Reliable
3.	Komunikasi Bisnis (X_3)	0,742	Reliable
4.	Produktivitas (Y)	0,714	Reliable

Berdasarkan data pada Tabel V.9 hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa masing-masing variabel yang digunakan

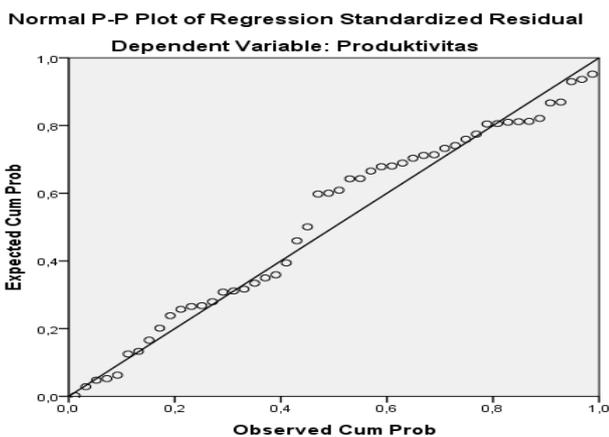
dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, sehingga dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel dari kuesioner adalah *reliable* yang berarti kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya atau layak.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data, dilakukan dengan dua cara yaitu dibuat histogram untuk distribusi *standardized residual*, dan dibuat grafik *Normal Probability Plot* pada setiap model. Untuk memperoleh hasil yang akurat, penghitungan dilakukan dengan program SPSS Versi 22, Gambar *Normal Probability* memperlihatkan bahwa sebaran data pada chart tersebut terdapat korelasi yang kuat antara *Expected Cumulative Probability* dengan *Observed Cumulative Probability*, sehingga memenuhi persyaratan normalitas, dapat dilihat pada gambar berikut ini :

GAMBAR 2



Hasil Uji Normalitas

Sumber : Data hasil Olahan SPSS Versi 22

Berdasarkan Gambar V.1 diatas jika residual berasal dari distribusi normal, maka nilai – nilai sebaran data akan terletak di sekitar garis lurus (tidak terpencah jauh dari garis lurus), sehingga dapat dinyatakan bahwa persyaratan normalitas dapat dipenuhi.

Uji Multikolinearitas

Uji *Multicollinearity* dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas yang diuji benar-benar bebas. Cara yang digunakan adalah dengan menghitung *tolerance* dan *VIF* (*varian inflation factor*). Dari hasil perhitungan menggunakan program SPSS versi 22 diperoleh nilai *Tolerance* dan nilai *VIF* (*varian inflation factor*) untuk masing-masing tahapan penelitian. Jika diketahui bahwa nilai *tolerance* mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas. Demikian juga dengan nilai *VIF* (*varian inflation factor*), ternyata nilai *VIF* (*varian inflation factor*) yang diperoleh < 10, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada *multicollinearity* antara variabel bebas. Pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada table berikut ini :

TABEL 8

Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Teknologi Informasi Komputer	,982	1,019
Media Interaksi Online	,944	1,060
Komunikasi Bisnis	,929	1,077

a. Dependent Variabel : Produktivitas
 Dependent Variabel : Produktivitas

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel V.10 nilai *Coefficients* di atas diketahui bahwa nilai *VIF* (*varian inflation factor*) adalah :

1. Untuk nilai *VIF* variabel Teknologi Informasi Komputer adalah sebesar 1,019
2. Untuk nilai *VIF* variabel Media Interaksi Online adalah sebesar 1,060, dan
3. Untuk nilai *VIF* variabel Komunikasi Bisnis adalah sebesar 1,077

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh, maka dapat dinyatakan bahwa variable Teknologi Informasi Komputer, Media Interaksi Online, Komunikasi Bisnis tidak ada pengaruh signifikan dan dapat dikatakan terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas, karena hasil *VIF* (*varian inflation factor*) yang diperoleh adalah lebih kecil dari 10 yang merupakan nilai penentu dan dengan nilai *Tolerance* mendekati 1 (satu). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang memiliki persamaan regresi yang baik.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas. Mengetahui uji regresi linier dengan menggunakan program SPSS Versi 22 diperoleh nilai persamaan regresi linier berganda antara variabel bebas yaitu variabel Teknologi Informasi Komputer (X_1), Media Interaksi Online (X_2), serta Komunikasi Bisnis (X_3), terhadap variabel terikat yaitu Produktivitas Bisnis percetakan *digital printing and advertising* (Y) sebagai berikut :

Persamaan Regresi Linear Berganda

Hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan komputer, diperoleh nilai persamaan regresi linear berganda antara variabel bebas X, yaitu Teknologi Informasi Komputer (X_1), Media Interaksi Online (X_2), serta Komunikasi Bisnis (X_3), sedangkan variabel terikat yaitu nilai dari Produktivitas bisnis percetakan *digital printing and advertising* (Y). Untuk lebih jelasnya nilai-nilai dari koefisien masing-masing variabel dapat dilihat dalam Tabel V.10 berikut ini :

TABEL 9 Hasil Regresi Linear Berganda

Sumber : Diolah oleh Peneliti

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	17,689	9,110		1,942	,058
Teknologi Informasi Komputer	,305	,155	,041	2,315	,008
Media Interaksi Online	,312	,164	,251	2,974	,006
Komunikasi Bisnis	,621	,226	,366	2,743	,009

a. Dependent Variable: Produktivitas

Dari koefisien masing-masing variabel dapat dirumuskan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$= 17,689 + 0,305 X_1 + 0,312 X_2 + 0,621 X_3$$

$$(0,058) + (0,008) + (0,006) + (0,009)$$

Angka-angka yang terdapat di dalam kurung yang diperoleh dari Tabel V.11 adalah merupakan besarnya nilai signifikan dari masing-masing variabel bebas dimana koefisien regresi $\alpha (0,05)$ berarti berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Koefisien regresi variable Teknologi Informasi Komputer (X_1), Media interaksi Online (X_2), Komunikasi Bisnis (X_3) nilainya adalah positif, artinya hubungan tersebut dengan Produktivitas (Y) adalah searah, sehingga apabila variabel-variabel bebas tersebut mengalami kenaikan, maka nilai variabel terikat juga akan mengalami kenaikan atau sebaliknya.

Sedangkan nilai intersep dan nilai koefisien dari masing-masing variabel diantaranya Teknologi Informasi Komputer (X_1), Media Interaksi Online (X_2) dan Komunikasi Bisnis (X_3), dan Produktivitas bisnis percetakan *digital printing and advertising* (Y) dalam persamaan tersebut di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Intersep = 17,689. Menyatakan bahwa jika tidak ada variabel Teknologi Informasi Komputer (X_1), Media Interaksi Online (X_2) dan Komunikasi Bisnis (X_3) maka Produktivitas (Y) pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang adalah 17,689 satuan.
2. Variabel Teknologi Informasi Komputer (X_1) = 0,305. Apabila variabel Teknologi Informasi Komputer meningkat 1 satuan maka akan meningkat pula Produktivitas sebesar 0,305 satuan.
3. Variabel Media Interaksi Online (X_2) = 0,312. Apabila variabel Media Interaksi Online meningkat 1 satuan maka akan meningkat pula Produktivitas sebesar 0,312 satuan.

4. Variabel Komunikasi Bisnis (X_3) = 0,621. Apabila variabel Komunikasi Bisnis meningkat 1 satuan maka akan meningkat pula Produktivitas sebesar 0,621 satuan.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari pengolahan data dengan menggunakan SPSS Versi 22, maka diperoleh hasil penelitian seperti tabel berikut :

TABEL 10
Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,849 ^a	0,721	0,719	3,203

- a. Predictors : (Constant), Teknologi Informasi Komputer, Media Interaksi Online dan komunikasi, serta Komunikasi Bisnis
 - b. Dependent Variable : Produktivitas
- Sumber : Data primer diolah peneliti

Berdasarkan data pada Tabel V.12 dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. $R = 0,849$, artinya terdapat tingkat hubungan
- b. yang sangat kuat antara Teknologi Informasi Komputer (X_1), Media Interaksi Online (X_2) dan Komunikasi Bisnis (X_3) terhadap Produktivitas (Y).
- c. R square = 0,721, artinya variabel independen dapat mempengaruhi atau menjelaskan variabel dependen secara bersama-sama sebesar 0,721 (72,1%), dan sisanya 27,9 % dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Pengujian dilakukan terhadap masing-masing hipotesis dengan urutan langkah sebagai berikut :

- a. Uji t untuk variabel Teknologi Informasi Komputer
- b. Uji t untuk variabel Media Interaksi Online
- c. Uji t untuk variabel Komunikasi Bisnis
- d. Uji f untuk secara Simultan

Adapun uji untuk masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut :

- a. Uji t untuk variabel Teknologi Informasi Komputer (X_1)
Uji t untuk b_1 dilakukan untuk menguji hipotesa Pertama, yaitu :

H_0 : $b_1=0$: Tidak terdapat pengaruh Teknologi Informasi Komputer terhadap Produktivitas pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang.

H_1 : $b_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh Teknologi Informasi Komputer terhadap Produktivitas pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang.

Jika nilai $sign < 0,05$, maka keputusannya H_0 ditolak dan H_1 diterima atau dengan membandingkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka keputusannya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil perhitungan yaitu

$df = n-k-1$ ($df = 50-1-1 = 48$), diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,67722$.

TABEL 11

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17,689	9,110		1,942	,058
Komunikasi Bisnis	,621	,226	,366	2,743	,009
Teknologi Informasi Komputer	,305	,155	,041	2,315	,008

T Hitung Variabel Teknologi Informasi Komputer

(X₁)

a. Dependent Variable: Produktivitas

Dari hasil perhitungan pada Tabel V.13 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,315 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 48 pada α (0,05) sebesar 1,67722. Dengan demikian t_{hitung} (2,315) > t_{tabel} (1,67722) dan sig 0,008 < 0,05, sehingga jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Teknologi Informasi Komputer mempunyai pengaruh signifikan terhadap Produktivitas pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang.

Pengukuran uji t adalah pemahaman tentang hubungan kondisional secara parsial variabel Teknologi Informasi Komputer terhadap Produktivitas pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang. Substansinya adalah apabila Teknologi Informasi Komputer yang diberikan oleh CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang baik, maka tingkat Produktivitas akan meningkat.

Dengan demikian Teknologi Informasi Komputer didasarkan pada penelitian yang obyektif terhadap produktivitas pada CV, Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk pendekatan yaitu memacu produktivitas bisnis pada CV, Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang.

b. Uji t untuk Media Interaksi Online (X₂)

Uji t untuk b_2 dilakukan untuk menguji hipotesa kedua, yaitu :

$H_0 : b_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Media Interaksi Online terhadap Produktivitas Bisnis pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang.

$H_1 : b_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh Media Interaksi Online dan Komunikasi terhadap Produktivitas Bisnis pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17,689	9,110		1,942	,058
Media Interaksi Online	,312	,164	,251	2,974	,006

TABEL 12

T Hitung Variabel Media Interaksi Online (X₂)

a. Dependent Variable: Produktivitas

Dari hasil perhitungan pada Tabel V.14 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,974 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 48 pada α (0,05) sebesar 1,67722. Dengan demikian t_{hitung} (2,974) > t_{tabel} (1,67722) dan sig 0,006 < 0,05, sehingga jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Media Interaksi Online mempunyai pengaruh signifikan terhadap Produktivitas Bisnis pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hubungan kondisional penerapan antara Media Interaksi Online dengan Produktivitas Bisnis pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang dapat diartikan sebagai suatu kondisi dinamis dalam melaksanakan pekerjaan serta peningkatan mutu dan kualitas yang memandang betapa pentingnya peranan Media Interaksi Online pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang. Dalam konteks ini, Media Interaksi Online yang didasarkan pada penelitian yang obyektif terhadap produktivitas CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk pendekatan untuk memacu Produktivitas Bisnis pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang.

c. Uji t untuk variabel Komunikasi Bisnis (X₃)

Uji t untuk b_3 dilakukan untuk menguji hipotesa ketiga, yaitu :

$H_0 : b_3 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Komunikasi Bisnis terhadap Produktivitas pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang.

$H_1 : b_3 \neq 0$: Terdapat pengaruh Komunikasi Bisnisterdhadap Produktivitas pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang.

Jika nilai sign < 0,05, maka keputusannya H_0 ditolak dan H_1 diterima atau dengan membandingkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka keputusannya H_0 ditolak dan H_1 diterima.

TABEL 13

T Hitung Komunikasi Bisnis (X₃)

Dependent Variable: Produktivitas

Dari hasil perhitungan pada Tabel V.15 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,743 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 48 pada α (0,05) sebesar 1,67722. Dengan demikian t_{hitung} (2,743) > t_{tabel} (1,67722) dan sig 0,009 < 0,05, sehingga jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa

Komunikasi Bisnis mempunyai pengaruh signifikan terhadap Produktivitas Bisnis pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang.

Pengukuran uji t adalah pemahaman tentang hubungan kondisional secara parsial variabel Komunikasi Bisnis terhadap Produktivitas Bisnis Percetakan pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang. Substansinya, bila komunikasi yang ditunjukkan oleh produktivitas perusahaan baik maka akan membuat sinergitas pada Produktivitas bisnis percetakan Pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang.

d. Uji F untuk variabel secara simultan / bersama-sama.

Uji F dilakukan untuk menguji hipotesa pertama, yaitu :

Ho : $b_1 = b_2 = b_3 = 0$:

Tidak terdapat pengaruh Teknologi Informasi Komputer, Media Interaksi Online, dan Komunikasi Bisnis secara bersama – sama terhadap Produktivitas pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang.

H₁ : $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$

Terdapat pengaruh Teknologi Informasi Komputer, Media Interaksi Online, dan Komunikasi Bisnis dan *Image* Perusahaan secara bersama – sama terhadap Produktivitas pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang.

Jika nilai sign < 0,05, maka keputusannya Ho ditolak dan H₁ diterima atau dengan membandingkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka keputusannya Ho ditolak dan H₁ diterima.

TABEL 14
F Hitung Teknologi Informasi, Komputer (X₁,
Media Interaksi Online (X₂), dan Komunikasi
Bisnis (X₃) Secara Simultan
Terhadap Produktivitas Bisnis (Y)

ANOVA ^b						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regr	147,139	3	49,046	4,78	,006 ^b
	essio				2	
	n					
	Resid	471,841	46	10,257		
	ual					
	Total	618,980	49			

- a. Dependent Variabel : Produktivitas Bisnis
 - b. Predictors : (Constant), Teknologi Informasi Komputer, Media Interaksi Online, Komunikasi Bisnis.
- Sumber : Data diolah oleh peneliti

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan program SPSS Versi 22 diperoleh nilai F_{hitung} 4,782 seperti terlihat pada Tabel V.15. Sedangkan nilai F_{tabel} dengan derajat bebas pembilang 3 dan penyebut 46 pada α (0,05) sebesar 2,81 dan nilai sig sebesar 0,006.

Dengan demikian F_{hitung} (4,782) > F_{tabel} (2,81) dan nilai Sig (0,006) < 0,05, sehingga jelas Ho ditolak dan H₁ diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama Teknologi Informasi Komputer, Media Interaksi Online dan Komunikasi Bisnis terhadap Produktivitas Bisnis pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang.

Pengukuran uji F untuk mengetahui tentang hubungan kondisional variabel Teknologi Informasi Komputer, Media Interaksi Online dan Komunikasi Bisnis secara bersama-sama terhadap Produktivitas Bisnis pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang. Dalam konteks ini dapat disimpulkan, bila Teknologi Informasi Komputer yang diterapkan memenuhi standar dan didukung dengan Media Interaksi Online yang luas serta Komunikasi Bisnis yang baik maka akan meningkatkan Produktivitas Bisnis Percetakan Digital *Printing and Advertising* pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang atas jasa yang ditawarkan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hubungan antara Teknologi Informasi Komputer, Media Interaksi Online, Komunikasi Bisnis dengan Produktivitas Bisnis pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang meningkat, dapat diartikan sebagai suatu kondisi dinamis dalam melaksanakan kebijakan sumber daya manusia yang memandang betapa pentingnya penerapan Teknologi Informasi Komputer, Media Interaksi Online, dan Komunikasi Bisnis dengan Produktivitas Bisnis pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang. Dalam konteks ini, Produktivitas Bisnis yang didasarkan pada penelitian yang obyektif terhadap Teknologi Informasi Komputer, Media Interaksi Online dan Komunikasi Bisnis pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk pendekatan untuk memacu tingkat Produktivitas Bisnis Barang dan Jasa pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengujian hipotesis mengenai Pengaruh Teknologi Informasi Komputer, Media Interaksi Online dan Komunikasi Bisnis Terhadap Produktivitas Bisnis pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang, baik pengujian secara parsial maupun simultan dapat ditarik kesimpulan adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh signifikan variabel Teknologi Informasi Komputer Terhadap Produktivitas Bisnis pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai yang diperoleh t_{hitung} sebesar 2,315 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 48 pada α (0,05) sebesar 1,67722. Dengan demikian t_{hitung} (2,315) > t_{tabel} (1,67722) dan sig 0,008 < 0,05, sehingga jelas Ho ditolak dan H₁ diterima.
2. Terdapat pengaruh signifikan variabel Media Interaksi Online terhadap Produktivitas Bisnis pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai yang diperoleh, yaitu t_{hitung} sebesar 2,974 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 48 pada α (0,05) sebesar 1,67722. Dengan demikian t_{hitung} (2,974) > t_{tabel} (1,67722) dan sig 0,006 < 0,05, sehingga jelas Ho ditolak dan H₁ diterima.
3. Terdapat pengaruh signifikan variabel Komunikasi Bisnis terhadap Produktivitas Bisnis pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang. Hal ini terbukti dengan nilai yang diperoleh, yaitu t_{hitung}

sebesar 2,743 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 48 pada α (0.05) sebesar 1,67722. Dengan demikian t_{hitung} (2,743) > t_{tabel} (1,67722) dan sig 0,009 < 0,05, sehingga jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima.

4. Terdapat pengaruh signifikan variabel Teknologi Informasi Komputer, Media Interaksi Online dan Komunikasi Bisnis secara bersama-sama terhadap Produktivitas Bisnis pada CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang. Hal ini terbukti dengan nilai yang diperoleh, yaitu nilai F_{hitung} 4,782, sedangkan nilai F_{tabel} dengan derajat bebas pembilang 3 dan penyebut 46 pada α (0,05) sebesar 2,81 dan nilai sig sebesar 0,006. Dengan demikian F_{hitung} (4,782) > F_{tabel} (2,81) dan nilai Sig (0,006) < 0,05, sehingga jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Saran

Berdasarkan kesimpulan – kesimpulan atas analisis pengaruh hasil penelitian, maka penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan bisnis percetakan digital printing and advertising khususnya CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang dalam meningkatkan Produktivitas Bisnis. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Meskipun secara keseluruhan Kualitas implementasi dan penerapan teknologi informasi komputer, media interaksi online, komunikasi bisnis yang diberikan CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang dinyatakan baik, namun ada beberapa unsur kualitas pelayanan yang dirasa masih kurang baik dan lebih baik lagi apabila dalam pelaksanaannya bisa ditingkatkan lagi seperti :
Merekrut karyawan berdasarkan SDM yang berkualitas, pengawasan dalam bekerja yang terkendali, serta mutu dalam proses kegiatan produksi baik barang maupun jasa.
2. Meskipun secara keseluruhan Fasilitas perusahaan telah memenuhi syarat untuk melakukan peningkatan produktivitas dan merupakan variabel yang paling mempengaruhi produktivitas bisnis percetakan digital printing and advertising, namun berdasarkan observasi dari peneliti masih ada beberapa fasilitas yang masih perlu ditingkatkan lagi seperti dengan bertambahnya konsumen yang memanfaatkan teknologi informasi komputer, media interaksi online, komunikasi bisnis, maka yang dilakukan CV. Grafiti Stamp Advertindo adalah menstabiliskan perkembangannya sehingga apapun yang dikerjakan pada selama kegiatan memiliki respon dan proses yang cepat.
3. Dalam kegiatan berkomunikasi tentunya sudah berjalan dengan baik, namun seiring dengan bertambahnya fasilitas komunikasi yang ada, perlu ditingkatkan hubungan interaksi komunikasi yang saling memahami meskipun dalam kondisi dan keadaan yang jauh sehingga tercipta suatu kegiatan ataupun hubungan yang baik dan semakin

menambah respon positif dari pelanggan CV. Grafiti Stamp Advertindo.

4. Dari kegiatan proses produksi barang dan jasa yang ada di CV. Grafiti Stamp Advertindo, maka perlu diperhatikan untuk kualitas produksi, meskipun yang dikerjakan, dan apapun yang di proses sudah semaksimal mungkin dengan menggunakan alat bantu teknologi informasi komputer, media interaksi online, komunikasi bisnis, namun masih diperlukan ketelitian agar hasil yang dikerjakanpun sesuai dengan permintaan para pelanggan.

Demikian kesimpulan dan saran dari peneliti, semoga saran – saran yang peneliti simpulkan dapat memberikan manfaat yang baik dan membantu. Semoga CV. Grafiti Stamp Advertindo Pangkalpinang dapat terus memberikan pelayanan dan produktivitas yang baik serta selalu menjadi perusahaan percetakan digital printing and advertising jasa nomor 1 (satu) di Indonesia khususnya di Pangkalpinang.

DAFTAR PUSTAKA

- 1] Abdul Kadir dan Terra CH Triwahyuni. “ *Pengenalan Teknologi Informasi*” Andi - Yogyakarta . 2003
- 2] Martin, E. Wainright, et. al.”*Managing Information Technology What Managers Need to Know*”. 3th Edition. New Jersey- Pearson Edu International. 1999
- 3] A.Devito, Joseph.”*Komunikasi Antarmanusia*”. Professional Books -Jakarta.1997
- 4] Ellul, Jacques, “*The Meaning of the City*”. Grand Rapids-Eerdmans. 1970
- 5] Alisyahbana, Iskandar. “*Teknologi dan Perkembangan*”, Jakarta. 1980
- 6] Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. “*Communication and persuasion : Psychological studies of opinion change*”. New Haven, CT : Yale University Press.1953