

## **Pengaruh Pemanfaatan Ponsel dan Smart Phone pada Pemasaran Produk Industri Rumahan di Lombok**

**Muhammad Munawir Gazali<sup>1</sup>, Heroe Santoso<sup>2</sup>, Raisul Azhar<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Bumigora Mataram; Jl. Ismail Marzuki.

e-mail: <sup>1</sup>[gazali@universitasbumigora.ac.id](mailto:gazali@universitasbumigora.ac.id), <sup>2</sup>[hero.e.santoso@universitasbumigora.ac.id](mailto:hero.e.santoso@universitasbumigora.ac.id),

<sup>3</sup>[raisul264@gmail.com](mailto:raisul264@gmail.com).

### ***Abstract***

The purpose of this study is to look at the effect of the use of information technology on the marketing of home industry products. This research was conducted by conducting training, to determine the existence of a significant effect on sales results before and after the use of technology, especially cellphones and smart phones. Sampling was done by distributing questionnaires to the participants of the activity. The participants in the activity consisted of 4 classes with each class totaling 40 participants. The research method used in the study consisted of describing the results of the Pre Test and Post Test results, conducting normality tests and homogeneity tests on the data, if both assumptions are met then paired sample t-test is used but if the assumptions are not met then Wilcoxon test is used. After carrying out these stages using SPSS software, it was concluded that there was a significant influence on marketing results before and after the use of information technology, especially mobile phones and smart phones, in the home industry in Lombok.

**Keywords** : *Pre Test and Post Test data, normality test, homogeneity test, paired sample t-test, Wilcoxon test*

### ***Abstrak***

Tujuan penelitian ini untuk melihat pengaruh pemanfaatan teknologi informasi pada pemasaran hasil produk industri rumahan. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengadakan pelatihan, untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan pada hasil penjualan sebelum dan sesudah pemanfaatan teknologi khususnya ponsel dan smart phone. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara pembagian kuisioner pada peserta kegiatan. Peserta kegiatan terdiri dari 4 kelas dengan masing-masing kelas berjumlah 40 peserta. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian terdiri dari mendeskripsikan nilai hasil Pre Test dan Post Test, melakukan uji normalitas dan uji homogenitas pada data, jika asumsi keduanya terpenuhi maka digunakan paired sample t-test tetapi jika asumsi tidak terpenuhi maka digunakan uji wilcoxon. Setelah dilakukan tahapan-tahapan tersebut dengan menggunakan software SPSS, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan hasil pemasaran sebelum dan sesudah pemanfaatan teknologi informasi khususnya ponsel dan smart phone pada industri rumahan di lombok.

**Kata Kunci** : *Data Pre Test dan Post Test, uji normalitas, uji homogenitas, paired sample t-test, uji wilcoxon*

## I. PENDAHULUAN

Industri Rumahan (IR) memiliki peranan penting bagi peningkatan ekonomi suatu negara [1]. Industri Rumahan juga dapat membantu menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran di suatu negara, khususnya di Indonesia [2], [3]. Salah satu faktor yang menentukan daya saing dari industri rumahan yakni Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)[4]. TIK dapat dijadikan media atau alat pemasaran yang sangat tepat di masa sekarang ini. Informasi yang begitu cepat tersebar dapat membantu promosi usaha dari para pelaku industri rumahan[5], [6].

Permasalahan yang dihadapi saat ini ialah, tidak semua pelaku industri rumahan menguasai ataupun mengetahui cara menggunakan TIK sebagai media pemasarannya. Oleh karena itu, Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak bekerja sama dengan APTIKOM melaksanakan kegiatan Pelatihan Peningkatan Produktivitas Pelaku Industri Rumahan Melalui Information and Communication Technology (ICT).

Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DP3AP2KB) Provinsi NTB merupakan kepanjangan tangan Kementerian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak (KPPPA) bekerja sama dengan STMIK Bumigora Mataram. STMIK Bumigora dipercaya sebagai tempat pelaksanaan kegiatan tersebut dan telah menyelenggarakan sebanyak 4 kelas, yaitu pada tanggal 17 November 2018, 24 November 2018, 25 November 2018 dan 30 November 2018. Pelaksanaan pelatihan dimulai pukul 08.00 Wita sampai dengan Pukul 17.00 Wita.

Dari pelatihan tersebut ingin diketahui apakah ada atau tidak adanya pengaruh yang signifikan hasil pemasaran sebelum dan setelah pelatihan. Untuk mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh dari pelatihan maka dilakukan analisis data kuisioner dari hasil pelatihan tersebut. Tahapan-tahapan dalam analisis data dilakukan secara otomatis oleh komputer dengan menggunakan *software* SPSS. Jumlah peserta pada penelitian ini sebanyak 160 yang terdiri dari 4 kelas, sehingga jumlah data yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 160. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian terdiri dari mendeskripsikan nilai hasil Pre Test dan Post Test, kemudian melakukan uji normalitas dan uji homogenitas. Jika asumsi keduanya terpenuhi maka digunakan paired sample t-test tetapi jika asumsi tidak terpenuhi maka digunakan uji wilcoxon.

## II. Tinjauan Pustaka

### A. Uji Asumsi

Dari makna kata, asumsi (*assumption*) berarti *a statement accepted true without proof* (*Encarta 97 Encyclopedia*) atau *something taken for granted* (*Random House Webster's Unabridged Dictionary*). Kedua makna kata itu tentu berlaku juga bagi pengertian asumsi statistika. Oleh karena itu dalam inferensi statistika, data yang akan dianalisis dianggap memenuhi asumsi-asumsi yang disyaratkan bagi formula komputasinya. Analisis dapat dilakukan tanpa harus melakukan pemeriksaan terlebih dahulu terhadap terpenuhinya asumsi yang bersangkutan. Kalaupun ternyata kemudian bahwa data yang digunakan tidak sesuai dengan asumsi-asumsinya, maka kesimpulan hasil analisisnya tidak selalu valid (invalid). Dalam situasi aplikasi, asumsi-asumsi bagi distribusi sampling dibuat sebagai dasar legitimasi pemilihan teknik komputasi tertentu guna pengujian suatu hipotesis. Asumsi ini jarang atau bahkan tidak pernah benar-benar diuji terhadap data sampel melainkan langsung dianggap benar [7]. Asumsi bahwa sampel diambil secara random dan bahwa distribusi populasi adalah normal merupakan dua contoh asumsi yang merupakan formalitas dalam analisis. Kita akan melihat dengan seksama akan asumsi-asumsi yang diberlakukan pada beberapa macam analisis. Dalam hal ini dipilih dua macam kelompok analisis yang paling biasa dilakukan oleh para peneliti yaitu analisis varian (Anova) dan korelasi atau regresi linier.

### B. Uji Asumsi Kenormalan

Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Normal P-P Plot of regression standardized residual [8]. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal. Langkah-langkah analisis pada SPSS sebagai berikut:

- Inputkan data pada SPSS
- Untuk analisis data, klik menu **Analyze >> Regression >> Linear**
- Pada kotak dialog Linear Regression, masukkan variabel Tingkat penjualan ke kotak Dependent, kemudian masukkan variabel Biaya produksi, Biaya distribusi, dan Biaya promosi ke kotak Independent(s).

- Klik tombol Plots, kemudian terbuka kotak dialog Linear Regression: Plots.

Beri tanda centang pada 'Normal probability plot', kemudian klik tombol Continue. Akan kembali ke kotak dialog sebelumnya, klik tombol OK [9].

### C. Uji Asumsi Homogenitas

Uji homogenitas merupakan uji perbedan antara dua atau lebih populasi. Semua karakteristik populasi dapat bervariasi antara satu populasi dengan yang lain. Dua di antaranya adalah mean dan varian (selain itu masih ada bentuk distribusi, median, modus, range, dll) [10].

Uji homogenitas bertujuan untuk mengetahui apakah varians skor yang diukur pada kedua sampel memiliki varians yang sama atau tidak. Populasi-populasi dengan varians yang sama besar dinamakan populasi dengan varians yang homogen, sedangkan populasi-populasi dengan varians yang tidak sama besar dinamakan populasi dengan varians yang heterogen [11].

Berikut ini adalah tahapan Uji Homogenitas dengan SPSS [9].

- 1) Membuka program SPSS versi 23
- 2) Memasukan data nilai hasil posttest yang akan diuji pada worksheet data view
- 3) Selanjutnya, klik variable view. Pada bagian name tulis X dan Y, pada Decimal ubah semua angka menjadi 0, pada bagian label tulis PRETES dan POSTES, pada kolom measure ganti nominal menjadi scale.
- 4) Dari menu SPSS memilih Analyze, kemudian mengklik Compare Means dan memilih One-Way ANOVA
- 5) Muncul kotak dengan nama One Way Anova, selanjutnya memasukan variable Y ke kotak Dependent List dan variable X ke kotak Factor, lalu mengklik Option
- 6) Pada menu Option, member tanda (V) pada Homogeneity of variance test, lalu mengklik Continue
- 7) Mengklik OK untuk mengakhiri perintah. Selanjutnya akan muncul tampilan Output SPSS dan menginterpretasikan hasilnya supaya jelas
- 8) Kemudian kembali mengklik analyze pilih descriptive statistik kemudian klik explore
- 9) Muncul kotak dialog, selanjutnya memasukan variable pretest ke kotak Dependent List untuk menguji homogenitas pretest, lalu mengklik plots
- 10) Muncul dialog seperti di bawah ini, pada bagian descriptive centang stem and leaf dan histogram, kemudian centang pula normality with test kemudian mengklik continue dan kemudian ok

- 11) Langkah terakhir untuk mengetahui homogenitas nilai pretest, maka mengklik OK untuk mengakhiri perintah. Selanjutnya melihat tampilan Outputnya dan menginterpretasikan hasilnya supaya jelas.

- 12) Kemudian akan muncul kotak dialog, selanjutnya memasukan variable posttest ke kotak Dependent List untuk menguji homogenitas posttest, lalu mengklik plots

- 13) Muncul dialog seperti dibawah ini, pada bagian descriptive centang stem and leaf dan histogram, kemudian centang pula normality with test kemudian mengklik continue dan kemudian ok.

- 14) Langkah terakhir untuk mengetahui homogenitas nilai posttest, maka mengklik OK untuk mengakhiri perintah. Selanjutnya melihat tampilan Outputnya dan menginterpretasikan hasilnya supaya jelas.

### D. Uji Paired Sample T-Test

Jika pada kasus sebelumnya dianalisis ada tidaknya perbedaan mean untuk dua sampel bebas (independen), maka sekarang akan dilakukan analisis perbandingan untuk dua sampel yang berpasangan. Dua sampel yang berpasangan diartikan sebagai sebuah sampel dengan subjek yang sama namun mengalami dua perlakuan atau pengukuran yang berbeda [12].

Uji Paired Sample T-Test dengan SPSS dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut [9].

- Buka lembar kerja/file uji t paired sesuai kasus di atas, atau jika sudah terbuka ikuti prosedur berikut.
- Dari menu utama SPSS, pilih menu **Analyze**, kemudian pilih submenu **Compare-Means**.
- Dari serangkaian pilih test, sesuai kasus pilih **Paired-Samples T test...**
- Klik pilihan tersebut, kemudian tampak **Kotak Dialog Paired t test**

Pengisian :

- **Paired Variable (s)** atau variabel yang akan diuji. Oleh karena di sini akan diuji data sebelum dan sesudah, maka klik variabel **sebelum**, kemudian klik sekali lagi pada variabel sesudah, maka terlihat pada kolom **Current Selection** di bawah, terdapat keterangan untuk variabel 1 dan 2. Kemudian klik tanda “ > ” (yang sebelah atas), maka pada Paired variabel terlihat tanda **sebelum .. sesudah**.

- Untuk kolom **option** atau pilih yang lain, dengan mengkliknya, tampak di layar **Kotak Dialog Options**  
Pengisian **Kotak Dialog Options**
- Untuk **Confidence Interval** : atau tingkat kepercayaan. Sebagai default, **SPSS** menggunakan tingkat kepercayaan 95% atau tingkat signifikansi 100% - 95% = 5%
- Untuk **Missing Value** atau data yang hilang. Oleh karena dalam kasus semua pasangan data komplit (tidak ada yang kosong), maka abaikan saja bagian ini (tetap pada default dari SPSS, yaitu **Exlude cases analysis by analysis**).

Tekan Continue jika pengisian dianggap selesai. Kemudian tekan **OK** untuk mengakhiri pengisian prosedur analisis, Terlihat SPSS melakukan pekerjaan analisis dan terlihat output SPSS.

### E. Uji Wilcoxon

Uji Wilcoxon digunakan untuk menguji hipotesa bahwa dua variabel yang merupakan dua sampel berkaitan mempunyai distribusi yang sama bila datanya berbentuk ordinal. Uji ini merupakan penyempurnaan dari uji tanda (*sign test*). Seperti sudah dijelaskan, uji tanda hanya memperhatikan tanda positif dan negatif dan tidak memperhatikan besarnya perbedaan, sedangkan uji wilcoxon memperhatikan besarnya perbedaan.

Hipotesa pada uji Wilcoxon [13] :

Untuk uji 2 arah

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 \text{ atau } H_0 : m_1 = m_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2 \text{ atau } H_1 : m_1 \neq m_2$$

Untuk uji 1 arah

$$H_0 : \mu_1 \leq \mu_2 \text{ atau } H_0 : m_1 \leq m_2$$

$$H_1 : \mu_1 > \mu_2 \text{ atau } H_1 : m_1 > m_2$$

$$H_0 : \mu_1 \geq \mu_2 \text{ atau } H_0 : m_1 \geq m_2$$

$$H_1 : \mu_1 < \mu_2 \text{ atau } H_1 : m_1 < m_2$$

Kaidah pengambilan keputusan pada uji wilcoxon

Untuk uji 2 arah

$$\text{Sig. (2-tailed)} \leq \text{taraf nyata } (\alpha/2) \rightarrow \text{tolak } H_0$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} > \text{taraf nyata } (\alpha/2) \rightarrow \text{terima } H_0$$

Untuk uji 1 arah

$$\text{Sig. (2-tailed)} \leq \text{taraf nyata } (\alpha/2) \rightarrow \text{tolak } H_0$$

$$\text{Sig. (2-tailed)} > \text{taraf nyata } (\alpha/2) \rightarrow \text{terima } H_0$$

## III. METODOLOGI PENELITIAN

### A. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data tersebut diperoleh dari hasil pelatihan pemanfaatan ICT. Pelatihan pemanfaatan ICT dilakukan pada pelaku Industri Rumahan (IR). Pelatihan tersebut

diselenggarakan pada tanggal 17, 24, 25, dan 30 November 2018. Pelaksanaan pelatihan dimulai pukul 08.00 Wita sampai dengan Pukul 17.00 Wita. Masing-masing kelas berjumlah 40 peserta, jadi total peserta sebanyak 160.

### B. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan pada penelitian ini ada 2 yaitu variabel *Pre Test* dan *Post Test*. Variabel untuk data *Pre Test* dan *Post Test* dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel Penelitian

Variabel	Keterangan Variabel
X <sub>1</sub>	Total Nilai Hasil Pre Test
X <sub>2</sub>	Total Nilai Hasil Post Test

### C. Penentuan Nilai Pada Variabel

Kuisisioner pada penelitian ini sebanyak 160 yang dibagi ke dalam 4 kelompok. Kuisisioner ini terdiri dari 5 katagori yaitu belum pernah, sangat kurang, kurang, baik, dan sangat baik. Kategori tersebut berlaku untuk kedua variabel tersebut. Penentuan nilai pada masing-masing variabel *Pre Test* dan *Post Test* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai pada Kategori *Pre Test* dan *Post Test*

Kategori	Kode Nilai
Belum Pernah	0
Sangat Kurang	1
Kurang	2
Baik	3
Sangat Baik	4

### D. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini dijabarkan sebagai berikut :

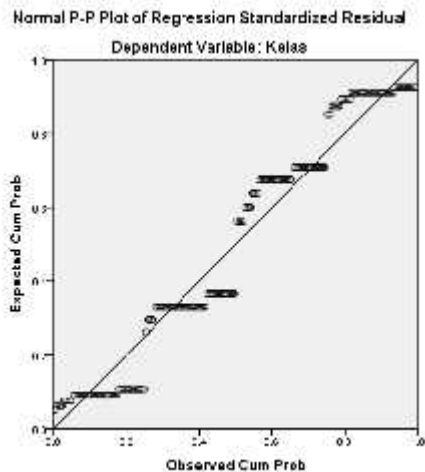
1. Mendeskripsikan hasil nilai pre test dan hasil nilai post test
2. Melakukan uji asumsi data yaitu uji normalitas dan uji homogenitas
3. Jika asumsi terpenuhi maka digunakan paired sample t-test
4. Jika asumsi tidak terpenuhi maka digunakan wilcoxon test
5. Interpretasi hasil dan kesimpulan

Tahapan-tahapan di atas dilakukan secara otomatis oleh komputer dengan menggunakan *software* SPSS.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

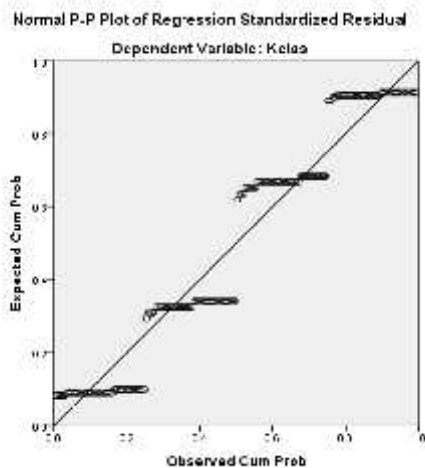
### 1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan grafik normalitas atau plot Normal P-P. Plot Normal P-P untuk data *Pre Test* dan *Post Test* akan ditunjukkan masing-masing pada gambar 1 dan gambar 2.



Gambar 1. Plot Normal P-P untuk data Pre Test

Dari Gambar 1 terlihat bahwa sebaran data dari data *Pre Test* bergerombol disekitar garis uji yang mengarah ke kanan atas dan beberapa data terletak jauh dari sebaran data. Dengan demikian, data *Pre Test* bisa dikatakan tidak berdistribusi normal.



Gambar 2. Plot Normal P-P untuk data Post Test

Plot Normal P-P untuk data *Post Test* yang ditunjukkan oleh gambar 2 tidak jauh berbeda dengan gambar 1. Sebaran dari data *Post Test* bergerombol dan beberapa data terletak jauh dari garis uji yang mengarah ke kanan atas. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa data *Post Test* tidak berdistribusi normal.

## 2. Uji Homogenitas

Pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih dapat dilakukan dengan uji homogenitas. Uji homogenitas biasanya digunakan sebagai syarat dalam analisis independen T Test dan Anova.

Dasar pengambilan keputusan pada uji homogenitas adalah sebagai berikut:

- Jika nilai Signifikansi  $> 0,50$ , maka distribusi data adalah homogen.
- Jika nilai Signifikansi  $< 0,50$ , maka distribusi data adalah tidak homogen.

Hasil uji homogenitas pada data pemasaran produk industri rumahan sebelum dan sesudah pemanfaatan teknologi informasi khususnya ponsel dan smart phone (*Pre Test* dan *Post Test*) adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Uji homogenitas dari data *Pre Test*

Pre Test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3.361	3	156	.020

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada data pemasaran produk industri rumahan sebelum pemanfaatan teknologi informasi khususnya ponsel dan smart phone (*Pre Test*) sebesar 0,020. Berdasarkan pada pengambilan keputusan diatas maka bahwa variansi data *Pre Test* tidak berdistribusi homogen. Hal ini disebabkan nilai signifikansi dari data *Pre Test* kurang dari 0,05 ( $0,020 < 0,05$ ).

Tabel 2. Uji homogenitas dari data *Post Test*

Post Test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.484	3	156	.694

Sebaliknya, hasil uji homogenitas pada data produk industri rumahan sesudah pemanfaatan teknologi informasi khususnya ponsel dan smart phone (*Post Test*) variannya homogen. Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikansi data *Post test* lebih besar dari 0,05 yaitu 0,694. Karena  $0,694 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa variansi data *Post Test* berdistribusi homogen.

Berdasarkan gambar 1 dan gambar 2 dapat diketahui bahwa data *Pre Test* dan *Post Test* tidak berdistribusi normal. Sementara itu, hasil pengujian homogenitas yang ditunjukkan oleh tabel 1 dan tabel 2. Tabel 1 dan tabel 2 menunjukkan data *Pre Test* variannya tidak homogen, sedangkan data *Post Test* variannya homogen. Terpenuhinya uji normalitas merupakan syarat dilakukannya tes parametrik. Data yang

tidak berdistribusi normal, akan dilakukan analisis dengan menggunakan tes non parametrik.

Karena data sebelum dan sesudah pemanfaatan teknologi informasi khususnya smart phone dan ponsel pada industri rumahan (*Pre Test* dan *Post Test*) tidak normal maka uji yang akan dilakukan adalah uji non parametric. Uji non parametric yang digunakan pada penelitian ini adalah uji Wilcoxon. Berikut ini adalah hasil uji Wilcoxon pada data sebelum dan sesudah pemanfaatan teknologi informasi khususnya ponsel dan smart phone pada industri rumahan (*Pre Test* dan *Post Test*).

### 3. Uji Wilcoxon

Berdasarkan hasil uji sebelumnya dapat diketahui bahwa data tidak berdistribusi normal. Data yang tidak berdistribusi normal, akan dilakukan analisis dengan menggunakan tes non parametric. Tes non parametric yang dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh/perbedaan adalah uji Wilcoxon.

Hasil uji wilcoxon yang diperoleh data penggunaan ponsel dan smart phone adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Ranks dari Uji Wilcoxon pada data *Pre Test* dan *Post Test*

	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Negative Ranks	3 <sup>a</sup>	17.50	52.50
Post Tast - Pre Tast Positive Ranks	37 <sup>b</sup>	20.74	767.50
Ties	120 <sup>c</sup>		
Total	160		

- a. Post Tast < Pre Tast
- b. Post Tast > Pre Tast
- c. Post Tast = Pre Tast

Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa Negative Ranks atau selisih (negatif) *Pre Test* dan *Post Test* untuk masing-masing N, Mean Rank, maupun Sum of Ranks adalah 3, 17,50, dan 52,50. Nilai tersebut menunjukkan adanya penurunan (pengurangan) dari nilai sebelum pemanfaatan teknologi informasi khususnya ponsel dan smart phone pada industri rumahan (*Pre Test*) ke nilai sesudah pemanfaatan teknologi informasi khususnya ponsel dan smart phone pada industri rumahan (*Post Test*).

Positif Ranks atau selisih (positif) antara penjualan dengan pemasaran sebelum pemanfaatan teknologi informasi (*Pre Test*) ke sesudah pemanfaatan teknologi informasi khususnya ponsel dan smart phone pada industri rumahan (*Post Test*). Disini terdapat 40 data positif (positif ranks)

yang artinya ke-40 penjualan produk industry rumahan mengalami peningkatan setelah melakukan pemanfaatan teknologi informasi khususnya ponsel dan smart phone. *Mean Rank* atau rata-rata peningkatan tersebut adalah sebesar 20,74, sedangkan jumlah rangking positif atau *Sum of Ranks* adalah sebesar 767,50.

Ties menunjukkan kesamaan nilai *Pre Test* dan *Post Test*, disini nilai Ties adalah 120, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak ada nilai yang sama antara sebelum dan sesudah pemanfaatan teknologi informasi khususnya ponsel dan smart phone pada industri rumahan (*Pre Test* dan *Post Test*).

Tabel 4. Statistika dari Uji Wilcoxon pada data *Pre Test* dan *Post Test*

	Post Tast - Pre Tast
Z	-5.208 <sup>b</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

- a. Wilcoxon Signed Ranks Test
- b. Based on negative ranks.

Output yang diperoleh dari "Test Statistics" dapat diketahui bahwa Asymp.Sig. (2-tailed) bernilai 0,000. Karena 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil pemasaran sebelum dan sesudah pemanfaatan teknologi informasi khususnya ponsel dan smart phone pada industri rumahan (*Pre Test* dan *Post Test*) di lombok.

### V. KESIMPULAN DAN SARAN

Data hasil pemasaran sebelum dan sesudah pemanfaatan teknologi informasi khususnya ponsel dan smart phone pada industri rumahan (*Pre Test* dan *Post Test*) tidak berdistribusi normal. Karena tidak berdistribusi normal maka data tersebut diuji dengan menggunakan uji non parametric. Uji non parametric yang digunakan pada penelitian ini adalah uji Wilcoxon. Hasil uji Wilcoxon menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan hasil pemasaran sebelum dan sesudah pemanfaatan teknologi informasi khususnya ponsel dan Smart Phone pada industri rumahan (*Pre Test* dan *Post Test*) di lombok.

### VI. DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Kamaluddin, "Program Pendampingan Perempuan Bagi Pegiat Industri Rumahan," *SOSFILKOM J. Sos. Filsafat dan Komun.*, vol. 12, no. 2, pp. 29–35, 2019.
- [2] S. Iskandar, S. Afriyatna, and E. Hastuti, "Analisis Tingkat Keuntungan dan Kendala

- Usaha Industri Rumah Tangga (Home Industry) Kopi Bubuk di Kelurahan Kelumpang Jaya Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Empat Lawang,” *Soc. J. Ilmu-Ilmu Agribisnis*, vol. 7, no. 2, p. 142, 2019.
- [3] B. Arfanly, M. Sarma, and M. Syamsun, “Peran Entrepreneurial Marketing dalam Peningkatan Kinerja Pemasaran pada,” *Manajermen IKM*, vol. 11, no. 2, pp. 141–150, 2016.
- [4] T. Pradiani, “Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan,” *J. Ilm. Bisnis dan Ekon. Asia*, vol. 11, no. 2, pp. 46–53, 2018.
- [5] H. A. Mumtahana and S. Nita, “Perancangan Aplikasi *E-Commerce* Pada Industri Kulit Magetan,” *Pros. Semin. Nas. Has. Penelit. LPPM Univ. PGRI Madiun*, vol. 0, no. 0, pp. 331–336, 2017.
- [6] A. Abdurrahman and S. Masripah, “Metode Waterfall untuk Sistem Informasi Penjualan,” *Inf. Syst. Educ. Prof.*, vol. 2, no. 1, pp. 95 – 104–95 – 104, 2017.
- [7] O. Linton, *Probability, statistics and econometrics*. 2017.
- [8] Suliyanto, “Uji Asumsi Klasik Normalitas,” in *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*, 2011, p. 69.
- [9] F. Hussin, J. Ali, and M. S. Z. Noor, *Kaedah Penyelidikan & Analisis Data SPSS*. 2014.
- [10] Sugiyono, “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,” *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. pp. 283–393, 2013.
- [11] A. Suharsimi, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. 2013.
- [12] J. W. Gooch, “Paired Sample T-Test,” in *Encyclopedic Dictionary of Polymers*, 2011, pp. 990–990.
- [13] I. Ghozali, “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23, Edisi 8,” in *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 2016.