

ANALISIS KESENJANGAN DIGITAL PADA UMKM BINAAN DINAS KOPERASI DAN UMKM KOTA BANDUNG

ANALYSIS OF DIGITAL DIVIDE ON MICRO, SMALL, AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES GUIDED BY THE DEPARTMENT OF COOPERATIVES AND MICRO, SMALL, AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES OF BANDUNG

Syifa Elshafira¹, Lia Yuldinawati,S.T.,M.M²

¹Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

² Dosen, Prodi S1 MBTI, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

syifa.elshafira@gmail.com , liyuldi@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi khususnya internet saat ini sudah berkembang sangat pesat. Hadirnya era digital menjadi ada peningkatan penggunaan internet di Indonesia yang mengakibatkan perubahan gaya hidup pada masyarakat saat ini. Internet menjadi salah satu hasil dari perkembangan teknologi karena dapat digunakan untuk mengakses informasi dan komunikasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat kesenjangan digital pada UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung. Bagaimana aktivitas *online* yang dilakukan para pelaku usaha UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung berdasarkan *sociodemographics*. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner untuk 210 responden yang merupakan UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung. Berdasarkan analisis deskriptif, kegiatan *online* UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung berada dalam kategori baik. Berdasarkan hasil uji hipotesis, tidak terdapat perbedaan kegiatan *online* pelaku usaha UMKM berdasarkan Jenis Kelamin, Total Kekayaan Bersih dan Jenis Usaha. Terdapat perbedaan yang signifikan pada rata-rata untuk kegiatan *online* UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung berdasarkan Usia dan Pendidikan Terakhir. Berdasarkan hasil sebaiknya Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung memberikan pelatihan bisnis berbasis digital dan para pelaku usaha dapat menerapkannya pada kegiatan bisnis untuk meningkatkan usahanya.

Kata kunci: Aktivitas Online, Sosiodemografi, Kesenjangan Digital, Era Digital, Internet, UMKM

Abstract

The development of technology, especially the Internet has been very rapid. There is an increase in the Internet usage in Indonesia that is changing the lifestyle of its society nowadays. The Internet is one of technological developments that can be used to access information and communication. The study was aimed at figuring out if there is any digital divide in MSMEs assisted by the Department of Cooperative and MSME of Bandung. The study looked at how activities online those MSMEs are like based on sociodemographics. This study used quantitative method. The study was a descriptive study. The sampling technique used in the study was Non-Probability Sampling with Purposive Sampling. The data were collected through questionnaires of 210 respondent. Based on the descriptive analysis, the online activities of MSMEs are in the good category. Based on the result of the hypothesis test, there is no any difference of the online activities of the MSMEs based on gender, income, and typed of business. However, it is found that there are difference in average of online activities based on age and last education. Based on the results of the study, the Department of Cooperative and MSME of Bandung should provide digital-based business training so that the entrepreneur can apply to improve their business.

Keywords: Online activities, sociodemographics, digital divide, digital era, internet, MSMEs

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini sudah berkembang pesat. Hadirnya era digital ini membuat masyarakat memiliki perubahan pada gaya hidup menjadi digital. Berkembangnya teknologi saat ini sudah membantu hampir seluruh kebutuhan manusia dengan mempermudah melakukan pekerjaan.

Internet telah berkembang dengan pesat ke seluruh dunia. Saat ini internet tidak hanya digunakan sebagai mencari informasi ataupun komunikasi, tetapi perkembangan internet kini sudah merambah ke dunia bisnis. Dengan kemajuan teknologi saat ini, muncul beberapa peluang bisnis yang memanfaatkan internet dan perangkat digital sebagai sarana bisnisnya.

Saat ini, terdapat beberapa lembaga atau kedinasan yang menaungi UMKM salah satunya adalah Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung. Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung membawahi sekitar 441

pelaku usaha UMKM untuk dibina dalam mengembangkan bisnisnya. Terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung dalam membina UMKM, salah satunya dengan memberi pelatihan dalam meningkatkan kualitas dari UMKM.

Akan tetapi, apakah seluruh pelaku usaha UMKM yang dibina oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung telah paham akan penggunaan teknologi internet. Dari fenomena tersebut, penulis ingin mengetahui apakah terdapat kesenjangan digital pada UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung. Bagaimana aktivitas *online* yang dilakukan para pelaku usaha UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung berdasarkan *sociodemographics*. Berdasarkan fenomena tersebut, maka dilakukan penelitian yang berjudul “Analisis Kesenjangan Digital pada UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung tahun 2017”.

2. Tinjauan Pustaka Penelitian

2.1 Teori-teori terkait penelitian

2.1.1 Internet

Internet merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi yang memiliki definisi sebagai alat yang digunakan untuk mengakses informasi, komunikasi, mencari solusi, dan lain-lain^[1].

2.1.2 Kesenjangan Digital

Kesenjangan digital adalah bahwa orang memiliki akses yang berbeda terhadap informasi, pengetahuan dan sumber daya lain yang dapat berkontribusi pada kesenjangan sosial dan perbedaan kekuasaan yang lebih umum dan berhubungan dengan peluang untuk menggunakan internet serta Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sebagai sarana untuk melakukan berbagai macam kegiatan^[2].

2.1.3 UMKM

Berikut merupakan penjelasan mengenai UMKM berdasarkan Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah^[3] :

1. Usaha Mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro. Yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) – Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha^[1] dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) – Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang- Undang dengan kriteria memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) – paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) – banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah)

2.1.4 Sociodemographics

Milioni dkk (2014) dalam penelitiannya mengemukakan beberapa indikator dari sosiodemografi yaitu:

1. Umur (*Age*)
2. Jenis kelamin (*Gender*)
3. Pendidikan (*Education*)
4. Penghasilan (*Income*)
5. Area

Dalam penelitian ini, penulis tidak memasukkan Area kedalam indikator sosiodemografi dan menggantinya dengan Jenis Usaha sebagai salah satu indikator dari sosiodemografi. Hal ini dilakukan karena mengikuti fenomena dan pembahasan dari penelitian ini. Dari uraian tersebut, maka indikator dari sosiodemografi dalam penelitian ini adalah:

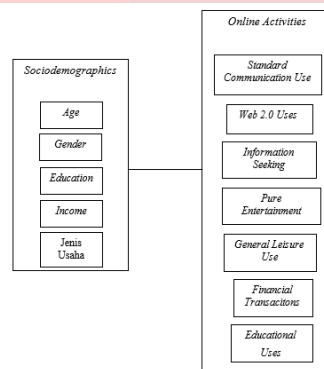
1. *Age*
2. *Gender*
3. *Education*
4. *Income*
5. Jenis Usaha

2.1.5 Online Activities

Milioni dkk (2014) juga menilai kesenjangan digital pada responden berdasarkan dari bagaimana responden melakukan kegiatan online (*Online Activity*) dan dari variabel tersebut terdapat 7 variabel gabungan yaitu:

1. *Standard Communication Use* (Penggunaan Komunikasi Standar)
2. *Web 2.0 (content creation and public address)* (Penciptaa Konten)
3. *Information Seeking* (Pencarian Informasi)
4. *Pure Entertainment* (Hiburan)
5. *General Leisure Use* (Penggunaan di Waktu Senggang)
6. *Consumption – Financial Transactions* (Transaksi Keuangan)
7. *Educational Uses* (Kegunaan untuk Edukasi)

2.2 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Hasil Olahan Peneliti Berdasarkan penelitian Milioni, Doudaki, & Demertzis, 2014

2.3 Hipotesis penelitian

Dilihat berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah dan kerangka pemikiran, maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

H1: Terdapat kesenjangan digital di UMKM yang dibina oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung.

H2: Terdapat kesenjangan digital berdasarkan *sociodemographics* terhadap *online ativities* pada UMKM yang dibina oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung.

2.4 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling* dan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 82 responden dengan UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung sebagai objek penelitian. Penulis mengumpulkan data primer dengan mengumpulkan kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan Uji T dan Uji F.

3. Pembahasan

Didalam penelitian ini dikumpulkan data melalui penyebaran kuesioner kepada 82 responden yaitu UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung Kota Bandung. Untuk mengetahui data diri responden, pada kuesioner diajukan pertanyaan *sociodemographics* berupa jenis kelamin. Berdasarkan jenis kelamin dari 210 responden terdapat 109 responden atau 53% dari responden yang mengisi kuisioner penelitian ini merupakan responden pria dan 101 responden atau 47% dari responden yang mengisi kuisioner penelitian ini merupakan wanita.

Berdasarkan usia pada rentang usia 20-30 tahun dengan persentase 53% atau 115 responden. Kemudian disusul dengan jumlah terbanyak selanjutnya yaitu di rentang usia 31-40 dengan persentase 32% atau 66 responden. Selanjutnya pada usia diatas 40 tahun dengan persentase 11% atau 16 responden dan terakhir pada usia dibawah 20 tahun dengan persentase 5% atau 13 responden.

Berdasarkan pendidikan terakhir terdapat lulusan S1 yang berjumlah 95 responden dengan persentase 43%. Kemudian disusul dengan responden lulusan SMA yang berjumlah 58 responden dengan persentase 27%. Selanjutnya responden lulusan Diploma yang berjumlah 31 responden dengan persentase 14%, lulusan S2 berjumlah 15 responden dengan persentase 9%, lulusan SMP yang berjumlah 11 responden dengan persentase 7% dan lulusan SD dan S3 yang berjumlah 0 responden

Berdasarkan jenis usaha terdapat 64 responden dengan persentase 30% yang memiliki usaha dibidang kuliner. Kemudian terdapat 51 responden dengan persentase 24% yang memiliki usaha bidang *fashion*. Selanjutnya terdapat 35 responden dengan persentase 17% yang memiliki usaha dibidang dagang, 29 responden dengan persentase 14% yang memiliki usaha jasa. Terakhir terdapat 31 responden dengan persentase 15% yang memiliki usaha dibidang kerajinan tangan.

Berdasarkan total kekayaan bersih bahwa terdapat 168 responden dengan persentase 70% memiliki total kekayaan Rp 50.000.000 – Rp 300.000.000, terdapat 68 responden dengan persentase 30% memiliki total kekayaan Rp 300.000.000 – Rp 2.500.000.000 dan terakhir terdapat 0 responden dengan persentase 0% yang memiliki total kekayaan > Rp 2.500.000.000

3.1 Analisis Deskriptif

Dari hasil analisis deskriptif, untuk indikator SCU (*Standard Communication Use*) berada dalam kategori Baik, WEB 2.0 berada dalam kategori Baik, indikator IS (*Information Seeking*) berada dalam kategori Baik, indikator PE (*Pure Entertainment*) berada dalam kategori Baik, indikator GLU (*General Leisure Use*) berada dalam kategori Baik, indikator FT (*Financial Transactions*) berada dalam kategori Baik, dan indikator EU (*Educational Use*) berada dalam kategori Baik. Secara keseluruhan variabel *online activities* berada dalam kategori Baik dengan skor 25621 atau dengan persentase 73,8%. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat kesenjangan digital pada responden dalam penelitian ini karena baik dalam melakukan kegiatan *online*.

3.2 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji beda T dan uji beda ANOVA

3.2.2 Uji Beda T

Uji beda T pada penelitian ini digunakan untuk melihat perbedaan rata-rata aktivitas online responden berdasarkan sosiodemografi jenis kelamin.

a. Jenis Kelamin

Tabel 1 Hasil Uji Beda T untuk Sociodemographics Jenis Kelamin

		Independent Samples Test								
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ONLINE_ACTIVITIES	Equal variances assumed	2,249	0,135	0,792	208	0,429	1,852	2,339	-2,759	6,463
	Equal variances not assumed			0,797	206,626	0,427	1,852	2,325	-2,731	6,436

Terlihat bahwa t hitung untuk *online activities* dengan *equal variance assumed* adalah 2,249 dengan probabilitas 0,135. Untuk uji dua sisi, probabilitas menjadi $0,135/2 = 0,0675$. Karena $0,0675 > 0,025$, maka H_0 diterima dengan artian bahwa rata-rata *online activities* tidak berbeda antara pria maupun wanita.

3.2.3 Uji Beda ANOVA

Uji beda ANOVA pada penelitian ini digunakan untuk melihat perbedaan rata-rata aktivitas online responden berdasarkan sosiodemografi Usia, Penghasilan, Pendidikan terakhir, dan Jenis Usaha.

a. Usia

Tabel 2 Hasil Uji ANOVA Usia

ANOVA					
ONLINE_ACTIVITIES					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5336,863	3	1778,954	6,725	,000
Within Groups	54491,118	206	264,520		
Total	59827,981	209			

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa F hitung adalah 6,725 dengan probabilitas 0,000. Karena probabilitas < 0,05, maka H_0 ditolak atau rata-rata kegiatan *online* pada keempat kelompok usia berbeda

b. Pendidikan Terakhir

Tabel 3 Hasil Uji ANOVA Pendidikan Terakhir

ANOVA					
ONLINE_ACTIVITIES					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3080,097	3	1026,699	6,518	,001
Within Groups	12285,915	78	157,512		
Total	15366,012	81			

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa F hitung adalah 4,331 dengan probabilitas 0,002. Karena probabilitas < 0,05, maka H_0 ditolak atau rata-rata kegiatan *online* pada keempat kategori pendidikan terakhir tersebut memang berbeda.

c. Jenis Usaha

Tabel 4 Hasil Uji ANOVA Jenis Usaha

ANOVA					
ONLINE_ACTIVITIES					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3418,745	4	854,686	3,106	,061
Within Groups	56409,236	205	275,167		
Total	59827,981	209			

Pada tabel di atas menyatakan bahwa F hitung adalah 3,106 dengan probabilitas 0,061. Karena probabilitas > 0,05, maka H_0 diterima atau rata-rata kegiatan *online* pada kelima kelompok jenis usaha tidak berbeda.

d. Total Kekayaan Bersih

Tabel 5 Hasil Uji Anova Total Kekayaan Bersih

ANOVA					
ONLINE_ACTIVITIES					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	9,041	1	9,041	,031	,859
Within Groups	59818,940	208	287,591		
Total	59827,981	209			

Pada tabel di atas menyatakan bahwa F hitung adalah 0,031 dengan probabilitas 0,859. Karena probabilitas > 0,05, maka H_0 diterima atau rata-rata kegiatan *online* pada kelima kelompok total kekayaan bersih tidak berbeda.

3.3 Pembahasan

Dari hasil analisis deskriptif, untuk indikator SCU (*Standard Communication Use*) berada dalam kategori Baik, WEB 2.0 berada dalam kategori Baik, indikator IS (*Information Seeking*) berada dalam kategori Baik, indikator PE (*Pure Entertainment*) berada dalam kategori Baik, indikator GLU (*General Leisure Use*) berada dalam kategori Baik, indikator FT (*Financial Transactions*) berada dalam kategori Baik, dan indikator EU (*Educational Use*) berada dalam kategori Baik. Secara keseluruhan variabel *online activities* berada dalam kategori Baik dengan skor 25621 atau dengan persentase 73,8%. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat kesenjangan digital pada responden dalam penelitian ini karena baik dalam melakukan kegiatan *online*.

Kemudian untuk kegiatan *online* berdasarkan *sociodemographics*, pada Jenis Kelamin yang diuji dengan Uji Beda T menyatakan bahwa tidak ada perbedaan rata-rata antara responden PRIA maupun WANITA yang dapat dilihat dari hasil probabilitas $0,0675 > 0,025$.

Pada kegiatan *online* responden berdasarkan Usia, Pendidikan Terakhir, Jenis Usaha dan Total Kekayaan Bersih diuji menggunakan Uji beda ANOVA karena memiliki kategori jawaban lebih dari dua pilihan. Pada uji ANOVA ini, harus dilakukan tes homogenitas sebagai syarat untuk melakukan uji ANOVA yang bertujuan untuk menguji berlaku tidaknya asumsi untuk ANOVA, yaitu apakah tiap sampel memiliki varians yang sama atau tidak. Uji homogenitas memiliki hasil bahwa item Usia, Pendidikan Terakhir, Jenis Usaha dan Total Kekayaan Bersih dapat diproses untuk uji ANOVA dikarenakan memiliki probabilitas $> 0,05$.

Berdasarkan hasil uji ANOVA pada *sociodemographics* untuk kategori Usia, rata-rata kegiatan *online* pemilik UMKM yang dibina oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung pada keempat kelompok usia tidak berbeda. Hal ini dapat dibuktikan dengan probabilitas yang dihasilkan yaitu 0,000. Karena probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak.

Berdasarkan hasil uji ANOVA pada *sociodemographics* untuk kategori Pendidikan Terakhir, rata-rata kegiatan *online* pemilik UMKM yang dibina oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung pada keempat kelompok pendidikan terakhir dinyatakan berbeda karena memiliki probabilitas sebesar 0,002. Karena probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak.

Berdasarkan hasil uji ANOVA pada *sociodemographics* untuk kategori Jenis Usaha, rata-rata kegiatan *online* pemilik UMKM yang dibina oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung pada kelima kelompok jenis usaha dinyatakan sama atau tidak berbeda karena memiliki probabilitas sebesar 0,061. Karena probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima.

Berdasarkan hasil uji ANOVA pada *sociodemographics* untuk kategori Total Kekayaan Bersih, rata-rata kegiatan *online* pemilik UMKM yang dibina oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung pada kelima kelompok Total Kekayaan Bersih dinyatakan sama atau tidak berbeda karena memiliki probabilitas sebesar 0,859. Karena probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berikut merupakan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan:

1. Tidak terdapat kesenjangan digital pada UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa aktifitas *online* pada responden masuk ke dalam kategori baik.
2. Tidak terdapat perbedaan rata-rata untuk kegiatan *online* UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung berdasarkan Jenis Kelamin, Total Kekayaan Bersih dan Jenis Usaha. Terdapat perbedaan yang signifikan pada rata-rata untuk kegiatan *online* UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung berdasarkan Usia dan Pendidikan Terakhir.

5. Saran

Dari hasil penelitian, hasil analisis data dan kesimpulan yang telah dilakukan dan di uraikan dalam penelitian, maka diajukan saran yang diajukan sebagai berikut :

5.2.1 Bagi Akademisi

Setelah melakukan penelitian, maka peneliliti mengajukan beberapa saran untuk peneliti selanjutnya, berikut saran yang diajukan :

1. Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan sample yang lebih banyak.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian dengan objek berbeda.
3. Penelitian selanjutnya yang disarankan untuk melihat kesenjangan digital pada UMKM berdasarkan penggunaan internet untuk bisnis.

5.2.3 Bagi Praktisi

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan *online* yang dilakukan oleh UMKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung berada pada kategori baik, maka hal tersebut sebaiknya Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung memberikan pelatihan bisnis berbasis digital dan para pelaku usaha UMKM dapat menerapkan pemahaman dalam penggunaan internet pada kegiatan bisnis untuk meningkatkan usahanya.

Daftar Pustaka:

- [1] Irawan, P. (2014). INTERNET DAN FENOMENA BANGKITNYA PERAN AKTOR NON NEGARA. Jurnal Komunikasi , 59
- [2] OECD. (2001). Understanding The Digital Divide. Paris: OECD Publications.
- [3] Undang - undang republik indonesia nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah. (2008).