

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis yang terjadi pada saat ini telah mengalami kemajuan yang cukup pesat, sehingga memberikan peranan yang lebih besar pada inisiatif dan kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat melalui berbagai hal seperti teknologi informasi, transportasi, ekonomi, sosial budaya, politik dan elemen organisasi yang ada di masyarakat. Pada era globalisasi seperti ini, teknologi informasi mengalami perkembangan yang sangat kompleks dan pesat dalam beberapa tahun terakhir yang berdampak pada berbagai aspek kehidupan, termasuk pada dunia bisnis.

Internet merupakan bagian penting di era digitalisasi 4.0 saat ini. Internet dapat membantu masyarakat menyelesaikan pekerjaannya dengan lebih cepat dan praktis. Menurut laporan Hootsuite dan We Are Social, jumlah pengguna internet di Indonesia pada Februari 2022 ada 204,7 juta jiwa atau sekitar 76,8 persen dari total populasi, artinya terjadi peningkatan sebesar 2,1 juta pengguna internet dari tahun sebelumnya. Pesatnya pengguna internet ini mendorong terjadinya perubahan perilaku dalam masyarakat khususnya pola belanja. Dari yang sebelumnya giat berbelanja di toko ritel secara langsung, kini bergulir ke pola belanja secara online. Hanya dengan menggunakan smartphone, masyarakat sudah bisa melakukan transaksi jual beli yang mudah, cepat, dan aman. Belanja online ini dapat diakses oleh pembeli melalui toko-toko online yang tersedia di berbagai platform. Toko online merupakan tempat dimana

transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli melalui elektronik dengan sistem online atau tanpa bertatap muka secara langsung. Menghadapi kemajuan era teknologi, masyarakat memang dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman.



Gambar 1.1

Pengguna Internet Terkoneksi E-commerce

Hasil survei yang dilakukan oleh Hootsuite dan We Are Social bertajuk “Digital 2021” menyebutkan bahwa 81,5 persen pengguna internet di Indonesia telah terkoneksi dengan *e-commerce*, artinya sebagian besar pengguna internet di Indonesia telah berbelanja online melalui perangkat elektronik mereka.

Penggunaan internet semakin populer dikacamata para generasi muda tak terkecuali mahasiswa. Mahasiswa adalah bagian masyarakat yang sangat dekat dengan persoalan akses informasi dan dunia internet, bukan hanya karena tuntutan keilmuan

yang mengharuskan mahasiswa untuk selalu mencari informasi terbaru, tetapi juga persoalan tentang berbagai kebutuhan mendasar sebagai manusia di era teknologi. Penggunaan internet sebagai salah satu akses informasi dalam melancarkan berbagai aktivitas mahasiswa. Internet digunakan sebagai penghubung ilmu dan mempermudah mahasiswa untuk mengakses berbagai kebutuhan yang berhubungan dengan keilmuan atau yang berhubungan dengan kehidupan pendidikan. Internet juga digunakan instansi dan mahasiswa untuk menyelesaikan bentuk administratif, pengurusan mata kuliah, pengurusan nilai juga hal-hal yang berkaitan dengan akademis kemahasiswaan. Dari Perkembangan dunia teknologi ini memunculkan istilah-istilah baru yang tidak asing lagi bagi kita, seperti e-business, e-commerce, elearning, e-university, e-book, dan e-banking.

Dikalangan mahasiswa, fenomena bisnis online sedang mewabah sekarang ini, jika praktik wirausaha ini yang dilakukan oleh mahasiswa ini hanya sebatas sebagai tuntutan materi kuliah saja kini justru sebaliknya bisnis online ini sebagai usaha untuk pemasukan tambahan bagi mahasiswa. Berbicara soal bisnis online tentu bagi mahasiswa di Universitas Komputer Indonesia bukanlah sesuatu yang asing didengar. Tidak bisa disangkal lagi apabila sebagian besar mahasiswa-mahasiswa Indonesia adalah orang-orang yang melek teknologi. Jenjang pendidikan tinggi sudah seharusnya dimanfaatkan untuk mengenal lebih dalam perkembangan teknologi informasi sekarang ini. Jika ada beberapa diantara mereka yang belum begitu paham mengenai teknologi informasi di zaman sekarang ini mereka adalah mahasiswa-mahasiswa yang kurang beruntung dalam memanfaatkan kemajuan teknologi.

Mahasiswa di Universitas Komputer Indonesia sekarang ini diantara mereka ada yang sudah lama bergelut dengan bisnis online, dan ada juga mahasiswa yang baru mengenal dan memulai bisnis online. Namun, dalam perjalanan bisnis online yang dilakukan mahasiswa tersebut, terdapat beberapa kendala atau masalah dalam menjalankan usaha tersebut. Diantaranya, masih kurang efektif nya dalam membagi waktu antara kuliah dengan bisnis, keterbatasan modal, pelayanan yang diberikan kurang memuaskan pelanggan, penjualan online yang tidak meningkat, kualitas produk yang dipasarkan kurang bagus, target penjualan yang tidak tercapai, tanggung jawab yang kurang dalam menjalankan bisnis online, pemilihan keputusan bisnis yang kurang tepat dan lain sebagainya.

Bisnis yang mampu bersaing dalam kompetisi adalah bisnis yang mampu mengimplementasikan teknologi ke dalam bisnisnya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan menggunakan electronic commerce (e-commerce). Seiring dengan di ikuti oleh kemampuan pengetahuan, skill yang dimiliki serta dengan peluang e-commerce yang tercipta untuk membuka usaha tentunya mahasiswa harus dapat memanfaatkan peluang tersebut sehingga kinerja bisnis akan maksimal dan meningkat.

Seiring dengan di ikuti oleh kemampuan pengetahuan, skill yang dimiliki serta dengan peluang e-commerce yang tercipta untuk membuka usaha tentunya mahasiswa harus dapat memanfaatkan peluang tersebut sehingga kinerja bisnis akan maksimal dan meningkat. Berikut media internet yang digunakan oleh mahasiswa dalam menjalankan bisnis nya :

Tabel 1.1
Media yang digunakan mahasiswa

No.	Media yang digunakan	Presentase
1.	Whatsapp	6,7%
2.	Instagram	40%
3.	Facebook	3,3%
4.	Market Place (Shopee, Tokopedia, dsb)	50%

Sumber : Hasil data olah kuisioner

Berdasarkan tabel 1.1 untuk mahasiswa yang menggunakan media presentase terbesar ada pada media market place dengan presentase 50%, selanjutnya media instagram dengan presentase 40%, whatsapp dengan presentase 6,7%, dan media dengan presentase terkecil ada pada media facebook dengan presentase 3,3%.

E-commerce merupakan ruang yang tidak terlihat secara nyata yang didalamnya bisa digunakan untuk pembelian, penjualan, dan memasarkan produk maupun jasa melalui internet atau secara elektronik. Dengan kata lain, *e-commerce* adalah suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik. Ecommerce dapat digunakan oleh banyak perusahaan untuk memperkenalkan produk mereka secara cepat dan detail mengenai produk tersebut secara jelas, hal itu akan mempermudah dalam mempromosikan produk dalam konsumen. *E-commerce* (*electronic commerce*) juga memiliki pangsa pasar yang luas karena banyaknya

pengguna internet yang semakin lama semakin banyak digunakan oleh khalayak luas baik pemerintah maupun masyarakat umum.

Tiandra et al. (2019) mengungkapkan bahwa penggunaan *e-commerce* dapat memasarkan suatu produk ke berbagai tempat dalam bentuk fisik maupun digital dan jangkauan nasional maupun internasional. Karena dengan menggunakan *e-commerce* ini pemasaran tidak terbatas, sehingga menyebabkan produk yang dijual memasuki pasar baru dengan cepat. Selain itu, dengan menggunakan *e-commerce* ini proses komunikasi menjadi lebih efektif dan efisien yang memberikan dampak baik terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan. Dengan begitu, kinerja usaha pun akan meningkat baik dari segi penjualan, pemasaran, keuangan, dan pasar.

Kinerja bisnis atau yang disebut juga dengan kinerja usaha adalah suatu rangkaian proses dimulai dari perencanaan usaha, pemantauan kegiatan, penilaian dan tindak lanjut atas kinerja usaha yang dapat berupa pemberian penghargaan maupun peringatan (Jati, 2014). Disamping itu, kinerja bisnis merupakan hasil dari tujuan-tujuan sebuah organisasi yang dicapai melalui efektifitas strategi dan teknik-teknik yang digunakan (Fairoz, et al 2010.) Menurut Moehariono (2012) dalam Zulfikar dan Novianti (2018:144), kinerja usaha merupakan suatu gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis suatu organisasi. Kinerja bisnis adalah alat ukur hasil kerja usaha yang dijalani, selama usaha dalam bekerja baik kualitas maupun kuantitasnya.

Selain *e-commerce*, kompetensi wirausaha juga mampu mempengaruhi kinerja usaha. Kompetensi wirausaha adalah seseorang yang mempunyai keahlian, kemampuan, pengetahuan dan keberanian dalam mengambil resiko untuk memulai usaha (Putri et al, 2020). Menurut Yustian et al (2021), kompetensi wirausaha merupakan kemampuan untuk melaksanakan tugas atau pekerjaan berdasarkan pengetahuan dan keterampilan serta didukung oleh sikap yang menjadi ciri beberapa individu untuk mencapai keberhasilan usaha. Dengan kata lain, kompetensi wirausaha adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan suatu pekerjaan yang ditentukan oleh karakteristik pribadi seperti sikap, pengetahuan, keahlian, kemampuan dan kepribadian individunya yang didukung oleh proses kerja yang memungkinkan pengusaha untuk mencapai kesuksesan bisnis. Kompetensi wirausaha merupakan karakteristik mendasar seseorang yang mempengaruhi cara berpikir dan bertindak untuk menghasilkan kinerja usaha yang baik (Dwi & Ruhimat, 2018). Hal ini didukung oleh Purnamasari et al. (2019) yang menyatakan bahwa kompetensi wirausaha berpengaruh terhadap kinerja usaha, semakin tinggi kompetensi wirausaha, maka semakin tinggi pula kinerja usaha.

Dilihat dari data fenomena diatas, pertama melakukan survey awal dengan membagikan lembar kuisisioner kepada pemilik bisnis online pada mahasiswa manajemen angkatan 2018 Universitas Komputer Indonesia. Berikut ini adalah survey awal pada variabel E-commerce yang terdapat pada tabel 1.2 :

Tabel 1.2
Survey Awal X1 E-commerce

No.	Pertanyaan	Ya	Presentase	Tidak	Presentase
1.	Apakah penggunaan e-commerce memudahkan jalannya usaha ?	26	86,7%	4	13,3%
2.	Apakah penggunaan e-commerce memudahkan pembayaran ?	27	90%	3	10%
3.	Apakah kemudahan informasi selalu didapatkan dengan menggunakan e-commerce?	13	43,3%	17	56,7%
4.	Apakah Penggunaan e-commerce memudahkan berinteraksi dengan pelanggan ?	23	76,7%	7	23,3%
5.	Apakah anda akan terus menggunakan e-commerce dimasa depan untuk mengembangkan bisnis anda?	23	76,7%	7	23,3%

Sumber : Responden mahasiswa manajemen angkatan 2018 Universitas Komputer Indonesia

Berdasarkan kuisioner awal terhadap 30 responden mahasiswa manajemen angkatan 2018 Universitas Komputer Indonesia tentang variabel E-commerce pada bisnis online mahasiswa, penulis melihat adanya permasalahan, yaitu pada point nomor 3 dimana para mahasiswa ini yang memiliki bisnis, sebagian besar masih kesulitan dalam pencarian informasi mengenai bisnisnya. Hal ini diakibatkan karena kurang efektifnya mencari informasi menggunakan e-commerce sehingga sangat lebih efektif apabila pencarian informasi dilakukan secara langsung.

Kompetensi wirausaha yang dimiliki oleh wirausaha sangat berpengaruh terhadap kesuksesan maupun keberhasilan bisnis itu sendiri. Berhasil atau tidaknya usaha ini sangat di pengaruhi oleh kompetensi yang dimiliki wirausaha, dimana seorang wirausaha harus menerapkan kompetensi wirausaha dan mengimplementasikanya pada bisnis atau usaha nya tersebut karena kompetensi wirausaha adalah faktor penting dalam menjalankan usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purnamasari et al. (2019) yang mengatakan bahwa kompetensi wirausaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kompetensi wirausaha, maka akan semakin tinggi pula kinerja usahaya.

Berikut ini adalah survey awal pada variable Kompetensi Wirausaha yang terdapat pada tabel 1.3 :

Tabel 1.3
Survey Awal X2 Kompetensi Wirausaha

No.	Pertanyaan	Ya	Presentase	Tidak	Presentase
1.	Apakah mempunyai kemampuan dalam menjalankan bisnis ?	20	66,7%	10	33,3%
2.	Apakah memiliki inisiatif/kreativitas dalam menjalankan usaha ?	14	46,7%	16	53,3%
3.	Apakah anda memiliki komitmen terhadap usaha yang akan anda tekuni?	20	66,7%	10	33,3%

Sumber : Responden mahasiswa manajemen angkatan 2018 Universitas Komputer Indonesia

Dari hasil kuisioner pada 30 responden mahasiswa manajemen angkatan 2018 Universitas Komputer Indonesia tentang variabel kompetensi wirausaha di temukan permasalahan yang terdapat pada point nomor 2. Sebagian besar mahasiswa yang mempunyai bisnis ini belum memiliki inisiatif maupun kreativitas dalam menjalankan usaha nya dikarenakan masih kurangnya pengalaman dalam berbisnis yang menjadi salah satu faktor yang menyebabkan kurangnya kreativitas, kemudian dengan keterbatasan modal juga yang jadi penghambat sehingga sulit untuk melakukan perkembangan inovasi dan kreativitas.

Berikut ini adalah survey awal pada variable Kinerja Usaha yang terdapat pada tabel 1.4 :

Tabel 1.4
Survey Awal Y Kinerja Usaha

No.	Pertanyaan	Ya	Presentase	Tidak	Presentase
1.	Apakah selalu mencapai target penjualan?	7	23,3%	23	76,7%
2.	Apakah anda mengalami pertumbuhan modal setiap tahunnya?	15	50%	15	50%
3.	Apakah laba yang diterima oleh anda setiap bulannya meningkat?	10	33,3%	20	66,7%

Sumber : Responden mahasiswa manajemen angkatan 2018 Universitas Komputer Indonesia

Berdasarkan kuisioner awal terhadap 30 responden mahasiswa manajemen angkatan 2018 Universitas Komputer Indonesia tentang variabel Kinerja Usaha pada pertanyaan point nomor 1 dan 3 mayoritas responden menjawab “Tidak”. Hal ini

dikarenakan masih kurangnya perluasan pemasaran yang menjadi salah satu faktor belum tercapainya target penjualan kemudian kurangnya efektivitas dalam pembagian waktu antara kuliah dengan bisnis sehingga belum bisa memaksimalkan dalam penjualan yang mengakibatkan penjualan tidak selalu mencapai target, karena penjualan yang belum mencapai target laba pun tidak mengalami peningkatan.

Dari uraian penjelasan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh E-commerce dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Usaha Bisnis Online Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Komputer Indonesia.”

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Masih banyak mahasiswa manajemen 2018 Universitas Komputer Indonesia yang sudah memiliki bisnis online, namun belum memiliki kemampuan dasar yang baik dalam pengelolaan bisnis.
2. Banyak mahasiswa manajemen 2018 Universitas Komputer Indonesia yang sudah memiliki bisnis online masih kesulitan dalam menemukan peluang pasar yang baru.
3. Peningkatan laba dan target penjualan masih belum ada pertumbuhan

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan pada sub bab sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai e-commerce pada bisnis online mahasiswa manajemen 2018 Universitas Komputer Indonesia
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai kompetensi wirausaha pada bisnis online mahasiswa manajemen 2018 Universitas Komputer Indonesia
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai kinerja usaha pada bisnis online mahasiswa manajemen 2018 Universitas Komputer Indonesia
4. Seberapa besar pengaruh e-commerce dan kompetensi wirausaha terhadap kinerja usaha bisnis online mahasiswa manajemen 2018 Universitas Komputer Indonesia baik secara parsial maupun simultan

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk pengumpulan data, fakta, dan informasi yang diperlukan sebagaimana yang digambarkan dalam rumusan masalah mengenai pengaruh e-commerce dan kompetensi wirausaha terhadap kinerja usaha bisnis online mahasiswa manajemen angkatan 2018 Universitas Komputer Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan masalah yang diajukan maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai e-commerce pada bisnis online mahasiswa manajemen 2018 Universitas Komputer Indonesia.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kompetensi wirausaha pada bisnis online mahasiswa manajemen 2018 Universitas Komputer Indonesia.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kinerja usaha pada bisnis online mahasiswa manajemen 2018 Universitas Komputer Indonesia.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh e-commerce dan kompetensi wirausaha terhadap kinerja usaha bisnis online mahasiswa manajemen 2018 Universitas Komputer Indonesia baik secara parsial maupun simultan

1.4 Kegunaan Penelitian

Peneliti mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat bukan hanya bagi peneliti, tetapi juga dapat berguna bagi berbagai pihak dalam berbagai aspek.

1.4.1 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak tertentu diantaranya:

1. Bagi penulis
 - a) Merupakan sarana belajar untuk menganalisis kondisi nyata, sehingga akan lebih meningkatkan pemahaman dari teori-teori diperkuliahan yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha bisnis online.

b) Dapat memperluas dan memperkaya pengetahuan dibidang manajemen bisnis, khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha bisnis online.

2. Bagi Pelaku Bisnis

a) Memberikan masukan mengenai keputusan yang akan diambil pelaku bisnis sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kinerja usaha bisnis online di masa yang akan datang.

b) Memberikan informasi dan bahan penilaian dalam memecahkan masalah yang berhubungan dengan implementasi e-commerce dan kompetensi wirausaha untuk dapat memaksimalkan kinerja usaha bisnis online.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan bisnis online mahasiswa dan menjadi bahan masukan kepada para pelaku bisnis dalam mengembangkan bisnisnya sehingga mencapai kinerja bisnis yang dicitakan dan dapat diterapkan oleh bisnis sejenis dimasa yang akan datang.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data penulis melakukan penelitian di Universitas Komputer Indonesia di Jl. Dipati Ukur No.112-116, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Maret 2021 sampai dengan bulan Agustus 2021. Adapun jadwal penelitian penulis sebagai berikut:

Tabel 1.5
Pelaksanaan Penelitian

No.	Uraian	Waktu Kegiatan																									
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1.	Pengumpulan Draft Awal	■	■	■																							
2.	Melakukan Penelitian				■	■																					
3.	Mencari Data						■	■	■																		
4.	Membuat Proposal								■	■	■																
5.	Seminar											■	■														
6.	Revisi														■	■	■	■									
7.	Penelitian Lapangan																■	■	■								
8.	Bimbingan																			■							
9.	Sidang																				■	■	■	■	■	■	