

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis *online* telah berkembang pesat di Indonesia sejalan dengan meningkatnya penyebaran internet di Indonesia. Pada awal tahun 2020 sebanyak 175,4 juta jiwa telah menggunakan internet dengan kenaikan sebesar 17% atau 25 juta pengguna dibanding tahun sebelumnya. Berdasarkan total populasi Indonesia sebanyak 272,1 juta jiwa, maka sebesar 64% atau lebih dari setengah penduduknya telah mengakses dunia maya (Tri Haryanto, 2020). Dari total penggunaan internet tersebut, sekitar 36 juta pengguna internet yang melakukan belanja online. Hal ini turut mengubah gaya hidup masyarakat dengan gemar belanja lewat toko *online* dibanding mengunjungi toko konvensional.

Peluang bisnis *online* juga semakin populer dengan banyaknya *marketplace* di internet sebagai wadah untuk membuka usaha dan mendapatkan penghasilan tambahan masyarakat. Dengan kata lain, di internet apapun bisa dijual. Barang yang dapat dijual adalah aksesoris, pakaian, makanan, minuman barang elektronik dan lain-lainnya. Contoh produk digital yaitu buku elektronik (*e-book*), perangkat lunak, video,

musik dan masih banyak lagi yang lain. Sedangkan produk jasa dapat berupa jasa penerjemah, jasa desain grafis, penulisan artikel, penyediaan situs *website* dan lain sebagainya.

Terdapat banyak alasan mengapa internet menjadi alat pemasaran yang ideal. Internet bisa menjangkau jutaan orang tetapi juga masih bisa digunakan untuk mengejar target pasar yang terdiri dari sekelompok individu tertentu terlebih bagi kaum muda seperti mahasiswa. Bagi mahasiswa yang jadwal perkuliahan nya sudah sangat padat sangat cocok sekali melakukan usaha online. Agar usaha online berjalan lancar maka mahasiswa harus memperhatikan teknik digital marketingnya.

Digital marketing merupakan upaya pemasaran produk dengan menggunakan mediadigital dan jaringan internet (Kurniawan, 2020). Alasan menggunakan digital marketing: dapat digunakan oleh semua jenis bisnis, lebih efektif meningkatkan pendapatan atau hasil, memiliki kemampuan untuk menjangkau target konsumen yang spesifik, kemudahan untuk digunakan oleh perangkat apapun yang digunakan dan membantu membangun *brand* bisnisnya.¹

Selain memperhatikan teknik *digital marketing* Mahasiswa harus memperhatikan brand yang hendak di jual. Selain memperhatikan

¹ Dicky Nofriansyah, dkk. *Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha*, Yayasan kita menulis, 2020, h.47.

brand yang hendak di jual Mahasiswa harus mengetahui beberapa keunggulan melakukan bisnis online. Menurut (Sidabalok, 2016) yaitu peluang dan pangsa pasar seluruh dunia, tidak terikat waktu dan tempat, bisnis online lebih memberi kemudahan (proses pemasaran yang simple), informasi lebih cepat dan nyaman, rentang yang lebih lebar (pemasaran dalam skala global, lintas Negara dan lintas dunia), modal yang lebih sedikit, mengurangi jumlah karyawan/staf, resiko yang kecil, tidak diperhatikan bentuk fisik usaha (bisnis) seperti tampilan toko, perlengkapan, dan kelengkapan penunjang.

Kelengkapan penunjang bagi orang yang hendak melakukan bisnis online juga dapat menjangkau wilayah yang lebih luas dan konsumen dengan seluruh kalangan umur, kesuksesan berbisnis online yang utama adalah didukung dengan memiliki kemampuan berbisnis selama 24 jam sepanjang tahun, inilah yang menyebabkan keuntungan lebih banyak akan diperoleh dibanding jika berbisnis secara *offline*. Selain itu kemudahan bisnis online tidak dibatasi oleh Sumber Daya Manusia, izin resmi bisnis, modalregulasi dan lain sebagainya.

Selain keunggulan dalam berbisnis online ada pula kekurangan dalam berbisnis online antara lain korespondensi menjadi impersonal (kurangnya respon saat dichat dapat mengecewakan pelanggan), tidak mencoba sebelum membeli, kompetisi lebih berat, produktifitas dapat

menurun, kredibilitas sulit dibangun, pelayanan pelanggan belum maksimal, pasar jenuh (pelanggan akan memilih produk dan harga yang bersaing).²

Meningkatnya intensitas pertumbuhan bisnis online seperti sekarang ini berdampak pada meningkatnya nilai tambah ekonomi wilayah yang tergambar melalui nilai Produk Domestik Regional Bruto karena besarnya intensitas aktivitas ekonomi akan berbanding lurus dengan peningkatan nilai tambah ekonomi di wilayah tersebut (Galindo et al, 2009: 4). Besarnya potensi bisnis online diharapkan dapat mendorong pertumbuhan UMKM sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing.

Dengan adanya bisnis online tersebut, membuat pendapatan pemerintah juga semakin bertambah karena adanya pendapatan pajak yang dibebankan pada bisnis tersebut. Adanya bisnis online juga akan mengurangi pengangguran di Indonesia dan meningkatkan pendapatan bagi para pelaku bisnis jika dapat memanfaatkan bisnis online dengan baik.³

Penggunaan media online di bidang perekonomian ini jelas harus

² Windu, Mahmud, *Bisnis Online untuk SMK/MAK Kelas XI*, (Jakarta:PT Gramedia Wediasarana Indonesia, 2018), h.17-18.

³ Windu, Mahmud, *Bisnis Online untuk SMK/MAK Kelas XI*, (Jakarta:PT Gramedia Wediasarana Indonesia, 2018), h.17-18.

di dorong dan di topang semaksimal mungkin sehingga ke depan akan semakin dapat meningkatkan kemajuaneкономи bangsa ini. Untuk itu tentu generasi muda penerus bangsa harus berada di garda terdepan di dalam proses penggunaan dan penguasaan media online ini, terutama bagi para mahasiswa sebagai cikal bakal intelektual muda dalam pembangunan bangsa tentu lebih mampu menguasai media online ini.

Dikalangan mahasiswa penggunaan internet menjadi prioritas utama yang tidak bisa lepas dari kehidupan mereka. Mahasiswa merupakan lapisan masyarakat yang begitu dekat dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. *Online shop* akan menjadi perbincangan disetiap kesempatan oleh sebagian kalangan mahasiswa di Indonesia tidak terkecuali mahasiswa. Sebagian mahasiswa tentu akan mencari peluang untuk menambah biaya hidup sebagai mahasiswa dengan menjalankan bisnis online. Berbagai macam bidang yang bisa dijual dalam bisnis online salah satunya fashion yang meliputi pakaian, tas, sepatu, jilbab maupun *make up*. Keuntungan yang didapat akan berpengaruh positif untuk kelangsungan hidup mahasiswa dan menjadikan pengalaman berbisnis untuk nantinya dijadikan bisnis online yang lebih besar.⁴

⁴ Windu, Mahmud, *Bisnis Online untuk SMK/MAK Kelas XI*, (Jakarta:PT Gramedia Wediasarana Indonesia, 2018), h.17-18.

Dalam berbisnis online peluang yang didapatkan sangat besar, dari anak kecil sampai yang sudah lanjut usia pun bisa berbisnis secara online, Namun kenyataannya seiring berjalannya bisnis online terdapat banyak tantangan yang dihadapi para pelaku bisnis online khususnya bagi para mahasiswa.

Tantangan tersebut membuat mahasiswa mengalami kendala dalam menjalankan bisnis online tersebut. Terdapat mahasiswa yang tidak ada peningkatan dalam penjualan bisnis online atau cenderung menurun dan bahkan terdapat mahasiswa yang sudah tidak menjalankan bisnis online karena tidak dapat menyesuaikan perkembangan pasar menyelesaikan tantangan tersebut. maka dari itu jika ingin berbisnis online harus siap melewati banyak tantangan agar bisnis online nya berjalan lancar, mendapatkan keuntungan, toko dan kualitas produknya dapat dinilai (dipercaya) dan diterima masyarakat (konsumen).

Peluang bisnis online melalui media sosial dapat didasarkan pada teori yang relevan dari Gruber, MacMilan & Thompson (2012) bahwa peluang adalah mengambil manfaat dari segala kemungkinan kegiatan produktif. Menurut Gregoire, Barr & Shepherd (2010) menjelaskan bahwa peluang bisnis adalah serangkaian kegiatan mengambil manfaat dari pengembangan pengetahuan baru individu dan

organisasi. perubahan perilaku aktor ekonomiseperti konsumen pemasok serta perubahan berbagai macam lingkungan makro termasuk teknologi.

Peluang/*Opportunity* merupakan peluang dimasa yang akan datang. Analisis peluang bisnis online antara lain: tren yang selalu berganti membuat *online shop* (bisnis online) lebih mudah beradaptasi karena berbisnis online lebih fleksibel, teknologi yang selalu baru membuat *online shop* juga akan terus berkembang, ekspansi bisnis yang sangat global, selalu tersedia setiap hari (24 jam dan 7 hari), perkembangan bisnis yang cepat dan cakupannya luas, promosi yang bisa dilakukan kapan saja membuat *online shop* atau berbisnis online mudah dilihat pelanggan, banyaknya masyarakat yang gila belanja terutama belanja online, dan barang yang dijual di *online shop* kualitasnya bagus.

Tantangan/*Challenge* merupakan tantangan pada masa yang akan datang terhadap suatu perusahaan atau bisnis. Analisis tantangan dalam bisnis online antara lain: pesaing dalam *online shop* (berbisnis online) yang sangat banyak, perubahan lingkungan pasar sangatcepat, inovasi produk yang harus selalu dilakukan, tidak adanya privasi karena data pelangganakan diketahui untuk keperluan pengiriman, masyarakat masih menganggap belanja online sangat beresiko, banyaknya kasus penipuan di *online shop* (berbisnis online).⁵

⁵ Windu Mahmud, Bisnis Online untuk SMK/MAK Kelas XI,

Faktor yang mempengaruhi cara kerja bisnis online antara lain: aturan dalam harga produk, kesan pertama, keamanan pengiriman produk, mempertahankan kualitas produk yang tinggi, penggunaan media sosial, peningkatan aksesibilitas toko dan pembaruan dan strategi. Cara menjalankan bisnis online dengan menghadapi peluang dan tantangan yang dihadapi:

1. Memutuskan produk apa yang akan dijual, oleh karena itu kita harus mempertimbangkan masak-masak dan menangkap peluang pasar sebelum menjual produk anda secara online. Seperti apakah produk yang dijual akan diproduksi sendiri atau mengambil dari supplier dan apakah produk digital yang dijual dapat dikirim melalui internet.
2. Menentukan segmen pasar/*Niche Market*, agar mendapatkan kepuasan dari *customer* dan digunakan dengan tujuan memperkecil persaingan pasar. Seperti menawarkan sesuatu yang benar benar asli dan mengatur agar proses pembelian simple dan mudah dimengerti.
3. Menguji pasar dengan menjual produk dalam skala kecil seperti siapa yang membeli produk kita dan tanyakan apakah mereka puas dengan produk tersebut.
4. Membuat perencanaan bisnis

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas maka

penulis tertarik untuk meneliti terkait dengan **□ Analisis Peluang Dan Tantangan Bisnis Online Bagi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2018 (Studi Kasus PT Karya Eksyarpneur Indonesia) □**.

B. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari terlalu luasnya penelitian yang akan dilakukan maka dalam penelitian ini hanya akan menganalisis bagaimana Peluang dan Tantangan Bisnis Online bagi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2018 khususnya studi kasus di PT Karya Eksyarpneur Indonesia.

C. Perumusan Masalah

Untuk lebih mengarahkan apa yang akan diteliti dalam penelitian ini diperlukan penetapan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peluang bisnis online bagi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2018 di PT Karya Eksyarpneur Indonesia ?
2. Bagaimana tantangan bisnis online bagi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2018 di PT Karya Eksyarpneur Indonesia?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana peluang bisnis online bagi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2018 di PT Karya Eksyarpneur Indonesia?
2. Untuk mengetahui bagaimana tantangan apa saja yang dialami dalam bisnis online bagi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2018 di PT Karya Eksyarpneur Indonesia?

E. Manfaat/Signifikansi Penelitian

Adapun Manfaat peneliti ini antara lain:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menjadi manfaat untuk menambah ilmu dalam mengembangkan penelitian ilmiah mengenai Peluang dan Tantangan Bisnis Online. Selain itu, dengan penelitian ini diharapkan menjadi referensi literatur untuk peneliti yang memiliki ketertarikan yang sama dalam bidang untuk melakukan penelitian selanjutnya.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan

ilmu pengetahuan, serta menjadi bahan bacaan di perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, khususnya untuk fakultas ekonomi dan Bisnis Islam dan juga dapat memberikan referensi literature bagi peneliti selanjutnya dan menambah pengetahuan.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sebuah gambaran berupa konsep yang di dalamnya menjelaskan tentang hubungan antara variabel satu dengan yang lainnya. Menurut sugiyono kerangka pemikiran atau kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁶ Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori analisis SWOT.

Analisis SWOT merupakan sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), dan peluang (opportunities), tetapi secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). (Ahmad, 2020:57).

Analisis SWOT dianggap memiliki banyak manfaat atau kelebihan dibandingkan dengan metode analisis yang lain. Berikut

⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 60.

merupakan beberapa manfaat menggunakan metode analisis SWOT dari Isniati dan Rizki (2019:57):

1. Analisis SWOT dapat membantu strategi bagi para Stakeholder untuk menetapkan sarana-sarana saat ini atau ke depan terhadap kualitas internal maupun eksternal.
2. Analisis SWOT mampu menganalisis mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi internal perusahaan serta analisis mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi eksternal perusahaan.
3. Analisis SWOT mampu menganalisis faktor-faktor di dalam organisasi yang memberikan andil terhadap kualitas mutu pelayanan atau salah satu komponennya sambil mempertimbangkan faktor-faktor eksternal.

E-bisnis mengacu pada definisi yang lebih luas dari e-commerce, tidak hanya pembelian dan penjualan barang dan jasa, tetapi juga melayani pelanggan, kolaborasi dengan mitra bisnis, melakukan e-learning, dan melakukan transaksi elektronik dalam suatu organisasi.⁷

Kecenderungan bisnis online yakni mereka yang selalu bekerja

⁷ Turban, E., King, D., Lee, J., & Viehland, D. (2004). *Electronic commerce: A managerial perspective*. Pearson Prentice Hall. New Jersey

keras dan kreatif untuk mencari peluang bisnis, mendayagunakan peluang yang diperoleh, dan kemudian merekayasa penciptaan alternatif sebagai peluang bisnis baru dengan melewati semua tantangan yang ada. Jurusan Ekonomi Syariah UIN SMH Banten memiliki komitmen yang besar untuk menghasilkan bisnis online yang sukses, hal ini terlihat dari adanya ide kreatif untuk membuka usaha online yaitu PT Karya Eksyarprenneur Indonesia. Mahasiswa yang memilih bisnis online tentunya mengharapkan untuk mendapatkan keuntungan dalam berbisnis dalam mengembangkan kemampuan kewirausahaan. Bila harapan yang diinginkan mahasiswa tidak tercapai akan terjadi gap (kesenjangan) antara harapan dan kenyataan yang dihadapi.

G. Sistematika Pembahasan

Agar penelitian ini mengarah pada tujuan yang diharapkan maka akan disusunsistematika pembahasan. Diantara sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pada bab pertama pendahuluan. Dalam pendahuluan ini penulis menguraikan tentang tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat/signifikan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Pada bab kedua landasan teori. Dalam bab ini penulis

menguraikan kaitan teoritis dengan menghimpun teori dan konsep dari berbagai literatur yang berkaitan dengan Bisnis Online termasuk di dalamnya pengertian Bisnis Online, peluang dan tantangan, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis yang diajukan.

Pada bab ketiga metodologi penelitian. Dalam bab ini akan diuraikan mengenai: Jenis Penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Pada bab keempat hasil penelitian dan pembahasan. Dalam bab ini akan membahas hasil penelitian dan pembahasan.

Pada bab kelima penutup. Dalam bab ini meliputi kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang dilakukan penulis.