

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan pesatnya teknologi digital pada saat ini telah mengakibatkan perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam sektor ekonomi dan kewirausahaan (Sari, 2025). Dalam ranah ekonomi penggunaan teknologi informasi mengakibatkan berbagai jenis usaha baru yang didorong oleh inovasi digital. Dunia bisnis kini tidak terbatas pada tempat fisik saja, melainkan telah beralih ke platform digital yang memungkinkan setiap orang untuk berjualan dan melakukan promosi secara online (Sulistiyowati et al., 2025). Kewirausahaan berbasis digital kini berperan sebagai fondasi utama dalam pengembangan ekonomi karena mendukung dengan adanya timbulnya usaha mikro dan kecil yang fokus pada kreativitas serta memanfaatkan *platform* online untuk melakukan transaksi (Melani et al., 2025). Perubahan ini menciptakan berbagai peluang baru, khususnya bagi generasi muda yang paham dengan teknologi. Fenomena ini menunjukkan bahwa ekonomi digital telah menjadi unsur penting dalam kegiatan masyarakat modern.

Generasi muda merupakan kelompok yang paling cepat menanggapi perubahan ini. Generasi yang disebut dengan digital *native* berkembang di tengah lingkungan yang dipenuhi dengan teknologi digital, internet, dan sosial media. Mereka sudah terbiasa dengan interaksi online dan memiliki kemampuan beradaptasi yang kuat terhadap kemajuan teknologi (Ambarsari, 2023). Karakteristik ini membuat digital *native* memiliki kemampuan besar menjadi pelaku utama dalam kemajuan ekonomi digital. Generasi ini tidak hanya menggunakan teknologi untuk bersenang-senang, tetapi juga sebagai alat efektif untuk melakukan usaha dan memperoleh pendapatan tambahan (Wardhana, 2025). Hal tersebut terlihat dengan bertambahnya jumlah pengusaha muda yang memanfaatkan *platform*

media sosial dan memahami perkembangan pasar, digital *native* memiliki peluang besar untuk mengembangkan kewirausahaan digital yang produktif dan berdaya saing tinggi.

Kewirausahaan merupakan salah satu langkah bagi generasi muda untuk mengasah kemampuan diri sekaligus memperbaiki kondisi ekonomi. Dengan melakukan kegiatan kewirausahaan ini, seseorang dapat membuka lapangan kerja, memanfaatkan sumber daya yang tersedia, dan menciptakan nilai ekonomi yang baru (Fadhli et al., 2024). Bagi digital *native* dengan adanya berwirausaha tidak hanya berkaitan dengan mencari keuntungan, tetapi juga menjadi sarana untuk mengekspresikan ide, kreativitas, dan kemampuan digital yang mereka miliki. Karena itu, praktik kewirausahaan memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat di era modern yang serba digital.

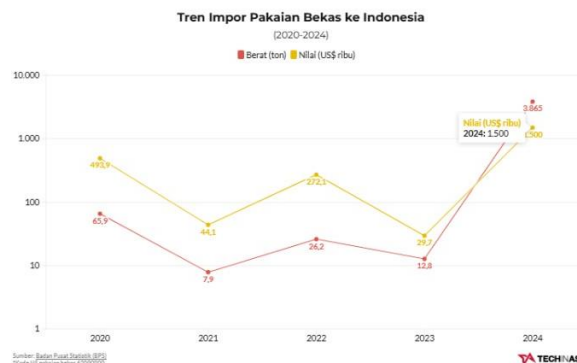
Kewirausahaan digital atau digital *entrepreneurship* menjadi tren baru dalam dunia bisnis saat ini. Ide ini memfokuskan pada penggunaan teknologi sebagai alat utama dalam menjalankan usaha yang dari proses produksi sampai promosi. Menurut (Khairani et al., 2025), kewirausahaan digital ini telah memberikan kontribusi dalam meningkatkan ekonomi negara, terutama di kalangan generasi muda. Melalui berbagai *platform* digital pelaku usaha dapat memperluas pasar tanpa harus mengeluarkan biaya operasional yang tinggi.

Menjalankan praktik kewirausahaan digital kini tentu tidak lepas dari berbagai tantangan. Persaingan di kalangan pelaku usaha online semakin ketat karena hampir setiap orang sekarang dapat mendirikan toko online dengan mudah. Banyak anak muda memiliki gagasan yang bagus tetapi belum sepenuhnya menyadari cara untuk mempromosikan produk mereka dengan baik di dunia digital (Estede et al., 2025). Kapasitas untuk mengamati tren pasar, mengamati perilaku konsumen, serta mengatur konten pemasaran menjadi sangat penting agar generasi yang tumbuh di era digital dapat bertahan dan berkembang di tengah kompetisi bisnis online yang terus berubah.

Salah satu jenis usaha yang mengalami peningkatan pesat di kalangan digital *native* adalah bisnis *preloved*, yaitu kegiatan jual beli barang *second* yang masih layak digunakan dan memiliki nilai ekonomis. Tren ini tidak hanya mencerminkan pola konsumsi yang lebih hemat, tetapi juga memberikan peluang usaha untuk generasi muda yang ingin memulai berbisnis (Juni et al., 2025). Menurut penelitian (Yuliana, 2023), menemukan bahwa tren *preloved* memberikan peluang bagi generasi muda untuk memulai usaha dengan modal minim namun berpotensi menghasilkan cukup keuntungan tinggi bagi generasi digital *native*. Akses digital yang luas mempercepat perkembangan bisnis *preloved* sekaligus mendukung upaya pengurangan limbah dan kesadaran lingkungan.

Gambar 1.1

Tren Impor Pakaian Bekas ke Indonesia (2020 – 2024)



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), (2024)

Berdasarkan gambar 1.1 menampilkan lonjakan signifikan impor pakaian bekas ke Indonesia pada tahun 2024 yang meningkat dari 12,8 ton menjadi 3.165 ton dengan nilai mencapai 1,5 juta USD. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) (2024), hal ini mencerminkan tingginya antusiasme masyarakat terhadap produk *preloved* di Indonesia. Data tersebut menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi masyarakat terhadap pakaian. Produk pakaian bekas atau *preloved* semakin diminati oleh masyarakat. Hal ini tercermin dari tingginya angka impor pakaian bekas ke Indonesia.

Promosi digital memiliki peran penting dalam mencapai kesuksesan bisnis di zaman sekarang yang terhubung dengan teknologi. Melalui banyak *platform* seperti Instagram, Tiktok, YouTube, WhatsApp, dan Facebook untuk para pebisnis bisa memperkenalkan produk mereka kepada calon pembeli tetapi juga mampu membangun hubungan emosional dan kepercayaan antara penjual dan konsumen (Chauhan & Gupta, n.d.). Kemampuan membuat konten yang menarik dan inovatif menjadi keuntungan penting bagi pengusaha muda karena dapat meningkatkan daya tarik produk serta membuka lebih banyak kesempatan untuk meningkatkan pendapatan digital *native* (Nabil, 2024).

Ketiga faktor yaitu praktik kewirausaha, tren *preloved*, dan promosi digital memiliki keterkaitan yang erat dalam membangun ekosistem bisnis digital yang aktif. Praktik kewirausahaan menjadi landasan untuk mengembangkan produk atau jasa, tren *preloved* mendukung dengan nilai keberlanjutan ekonomi, sementara promosi digital berfungsi untuk meningkatkan jangkauan pasar (Chusumastuti et al., 2023). Apabila ketiganya dijalankan dengan baik, maka akan dampaknya akan berlangsung terlihat pada peningkatan pendapatan digital *native*. Meskipun peluangnya besar tetapi tidak semua pengusaha muda dapat memanfaatkan dunia digital dengan sebaik-baiknya untuk meningkatkan pendapatan. Beberapa diantaranya masih menghadapi tantangan dalam pengelolaan bisnis, ketaraturan promosi, dan pemahaman tentang algoritma media sosial (Natania & Dwijayanti, 2024). Perbedaan ini mengakibatkan hasil usaha antara satu pengusaha dan yang lainnya tidak merata.

Kota Cirebon adalah salah satu kota penting di Pulau Jawa yang memiliki sejarah yang kaya sebagai pusat ekonomi dan budaya. Terletak di sepanjang jalur Pantura, Cirebon dikenal sejak zaman kerajaan hingga kini sebagai kota pelabuhan dan tempat perdagangan, yang mengembangkan sifat masyarakatnya yang menerima inovasi dan aktivitas ekonomi. Lokasi geografis ini menjadikan Cirebon sebagai jembatan antara Jawa Barat,

Jawa Tengah, dan Jawa Timur, sehingga arus barang, layanan, dan informasi sangat berkembang.

Gambar 1.2
Jumlah Kelompok Wirausaha Muda Pemula di Kota Cirebon (2020-2024)



Sumber: Dinas Pemuda dan Olahraga Kota Cirebon (2024).

Berdasarkan data statistik Dinas Pemuda dan Olahraga Kota Cirebon (2024) pada gambar 1.2 dapat disimpulkan bahwa jumlah kelompok wirausaha muda pemula di Kota Cirebon mengalami peningkatan dari tahun 2020 hingga 2024. Pada tahun 2020 terdapat 21.634 kelompok yang tercatat dan jumlah tersebut terus meningkat hingga 31.720 kelompok pada tahun 2024. Data ini menunjukkan adanya pertumbuhan ketertarikan untuk menjalankan usaha di antara generasi digital *native* di Kota Cirebon, dengan tren *preloved* menjadi salah satu pilihan bisnis yang paling populer.

Perubahan perilaku masyarakat yang semakin terhubung secara digital membuka peluang usaha baru, khususnya bagi generasi muda. Salah satu tren yang familiar adalah *preloved*, yaitu aktivitas menjual kembali barang bekas layak pakai melalui *platform* daring. Meskipun demikian dibalik banyak kesempatan yang ada, bisnis *preloved* ini juga menghadapi berbagai hambatan. Menurut (Syah Abadi Mendrofa et al., 2025), pelaku usaha di sektor ini masih menghadapi berbagai kesulitan, terutama yang berkaitan dengan rendahnya pemahaman tentang kewirausahaan, pengelolaan keuangan yang belum maksimal, serta

tantangan dalam menjaga konsistensi dan semangat berwirausaha dari waktu ke waktu. Meskipun digitalisasi peluang besar untuk generasi muda dan pelaku usaha kecil yang masih menghadapi kendala kesulitan. Menurut (Irawan et al., 2024), menegaskan sebagian dari mereka belum sepenuhnya mampu memaksimalkan potensi digital dalam mempromosikan produk dan meningkatkan pendapatan. Faktor literasi digital dan keterampilan dalam berbisnis masih menjadi tantangan utama yang dihadapi.

Penelitian sebelumnya umumnya membahas praktik kewirausahaan, tren *preloved*, dan promosi digital secara terpisah sehingga belum memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai pengaruh ketiganya terhadap peningkatan pendapatan generasi digital *native*. Kajian yang dilakukan juga lebih banyak berfokus pada wilayah perkotaan besar dan belum banyak menyoroti konteks daerah seperti Kota Cirebon yang memiliki karakteristik sosial dan ekonomi yang berbeda. Kondisi ini menunjukkan perlunya penelitian yang dapat memberikan bukti empiris mengenai sejauh mana ketiga faktor tersebut berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha muda dalam ekosistem ekonomi digital.

Atas dasar alasan tersebut maka penyusun mencoba mengangkatnya dalam penelitian dengan judul **“PENGARUH PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN, TREN *PRELOVED* DAN PROMOSI DIGITAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN DIGITAL *NATIVE* DI KOTA CIREBON.”** Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana strategi bisnis digital dapat diterapkan secara efektif oleh generasi muda di daerah, serta menjadi bahan masukan bagi pemerintah dan lembaga pendidikan untuk mendukung pengembangan kewirausahaan digital di masa mendatang.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dengan judul yang diajukan, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Sebagian pelaku usaha muda masih belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam proses pengelolaan dan pengembangan bisnis.
2. Tingkat kewirausahaan digital di kalangan digital *native* belum merata sehingga tidak semua pelaku usaha memiliki kemampuan dalam berinovasi dan beradaptasi terhadap perkembangan pasar digital.
3. Tren *preloved* yang berkembang pesat di kalangan generasi muda belum sepenuhnya diiringi dengan strategi kewirausahaan dan promosi digital yang efektif untuk meningkatkan nilai jual produk.
4. Masih terbatasnya penelitian yang mengkaji secara bersama hubungan antara praktik kewirausahaan, tren *preloved*, dan promosi digital terhadap peningkatan pendapatan digital *native* di Kota Cirebon.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini difokuskan pada digital *native* di Kota Cirebon yang memiliki tingkat literasi digital tinggi dan berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi berbasis teknologi. Fokus kajian dibatasi pada tiga faktor utama, yaitu praktik kewirausahaan, tren *preloved*, dan promosi digital. Praktik kewirausahaan dipandang sebagai faktor internal yang mendorong kreativitas dan inovasi generasi muda, sedangkan tren *preloved* menjadi faktor eksternal yang mencerminkan gaya hidup berkelanjutan dan nilai ekonomi ramah lingkungan. Promosi digital berperan sebagai strategi komunikasi yang memperkuat citra usaha serta memperluas jangkauan pasar.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi, dan batasan masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah praktik kewirausahaan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan digital *native* di Kota Cirebon ?
2. Apakah tren *preloved* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan digital *native* di Kota Cirebon ?
3. Apakah promosi digital berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan digital *native* di Kota Cirebon ?
4. Seberapa besar pengaruh praktik kewirausahaan, tren *preloved*, dan promosi digital secara bersama – sama berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan digital *native* di Kota Cirebon ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh praktik kewirausahaan terhadap peningkatan pendapatan digital *native* di Kota Cirebon.
2. Untuk menganalisis pengaruh tren *preloved* terhadap peningkatan pendapatan digital *native* di Kota Cirebon.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi digital terhadap peningkatan pendapatan digital *native* di Kota Cirebon.
4. Untuk menganalisis pengaruh praktik kewirausahaan, tren *preloved*, dan promosi digital secara bersama – sama terhadap peningkatan pendapatan digital *native* di Kota Cirebon.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka penelitian dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya, adapun yang ingin di capai pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan kajian di bidang Ekonomi Syariah dan kewirausahaan digital, khususnya dengan menyoroti pengaruh praktik kewirausahaan, tren *preloved*, dan promosi digital terhadap peningkatan pendapatan digital *native*. Hasil penelitian ini diharapkan pula dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dengan melakukan perbandingan terhadap temuan-temuan terdahulu yang membahas faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan generasi digital *native* di era ekonomi digital.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengalaman, serta pemahaman tentang pengaruh praktik kewirausahaan, tren *preloved*, dan promosi digital terhadap peningkatan pendapatan digital *native* di Kota Cirebon, sekaligus menjadi sarana pengembangan kemampuan analisis dan penelitian ilmiah.
- b. Bagi Akademisi, hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi ilmiah dalam pengembangan ilmu ekonomi dan kewirausahaan digital serta memperkaya kajian teoritis bagi penelitian selanjutnya terkait peningkatan pendapatan digital *native*.
- c. Bagi pelaku usaha generasi muda (digital *native*), penelitian ini dapat menjadi acuan dalam mengembangkan strategi bisnis digital yang efektif melalui penerapan praktik kewirausahaan, pemanfaatan tren *preloved*, serta optimalisasi promosi digital untuk meningkatkan pendapatan.
- d. Bagi pemerintah daerah, penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan dan program pelatihan untuk mendorong pengembangan kewirausahaan digital generasi muda di Kota Cirebon.

G. Sistematik Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun untuk mempermudah pembaca dalam memahami isi serta memperoleh gambaran umum mengenai penelitian yang dilakukan. Adapun susunan sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisi uraian mengenai kajian pustaka yang menjadi dasar teori penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, perumusan hipotesis, serta landasan teoritis yang mendukung penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan metodologi yang digunakan dalam penelitian, meliputi waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian, definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis serta sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan peneliti.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil analisis data yang diperoleh dari objek penelitian serta pembahasan terhadap hasil tersebut berdasarkan teori dan temuan penelitian sebelumnya.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, serta saran-saran yang diajukan untuk perbaikan dan pengembangan penelitian selanjutnya. Kesimpulan menggambarkan hasil analisis secara objektif, sedangkan saran berisi rekomendasi yang relevan terhadap permasalahan yang ditanya