BAB I
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pada Desember 2019 diumumkan adanya virus yang menyebar yang diperkirakan berasal dari Wuhan, China. Penyebaran virus tersebut berkaitan dengan pasar pusat makanan laut di China. Virus tersebut dianalisis genomnya dan hasilnya menunjukkan virus tersebut sebagai virus corona baru yang terkait dengan SARS-CoV, dan oleh karena itu dinamakan *virus corona*. SARS-CoV-2 adalah *betacoronavirus* yang termasuk dalam *Subgenus Sarbecovirus*. Penyebaran global SARS-CoV-2 mengakibatkan ribuan manusia meninggal yang disebabkan oleh penyakit *coronavirus* (COVID-19) dan hal ini yang mendorong Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mendeklarasikan adanya pandemi Covid-19 pada tanggal 12 Maret 2020. Adanya Covid-19 membuat banyak orang kehilangan nyawanya dan berdampak pada ekonomi sehingga tingkat kemiskinan semakin meningkat (Ciotti et al. 2020).

Pada Maret 2020, Presiden Jokowi melaporkan kasus dua orang yang pertama tertular Covid-19 di Indonesia, dan semakin hari jumlah orang yang terinfeksi *virus corona* di Indonesia meningkat tajam. Menanggapi krisis global yang berkembang dan situasi domestik yang memburuk, pemerintah Indonesia akhirnya mengambil tindakan dengan mendeklarasikan darurat kesehatan nasional dan memberlakukan langkah-langkah *social distancing* di Jakarta dan daerah lain yang terkena dampak dari pandemi ini. Selain itu, pemerintah Indonesia juga menutup perbatasan internasionalnya dan melarang orang asing memasuki negara Indonesia (Olivia et al. 2020).

Masyarakat saat ini sudah merasakan bahwa pandemi Covid-19 telah menciptakan masalah dan dampak buruk dalam kehidupan, terutama masalah di sisi ekonomi (Rohmah, 2020). Ekonomi merupakan suatu faktor penting dalam kehidupan manusia. Didalam kehidupan manusia

selalu bersinggungan dengan kebutuhan ekonomi. Ekonomi mampu memberikan kesempatan bagi manusia untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan hidupnya seperti sandang, papan dan pangan. Untuk itu, ekonomi sangat penting bagi kehidupan manusia, dan hal tersebut menuntut suatu negara untuk mengatur suatu kebijakan tentang perekonomian dan menjamin perekonomian warga negaranya (Hanoatubun, 2020).

Pandemi Covid-19 memberikan beberapa dampak negatif pada sektor perekonomian Indonesia, antara lain PHK besar-besaran, penurunan PMI manufaktur Indonesia menjadi 45,3%, dan penurunan impor 3,7% pada kuartal pertama, serta munculnya inflasi yang mencapai 2,96% year-on-year (yoy), didorong oleh harga emas dan bahan pangan pada Maret 2020. Jika pandemi Covid-19 berlangsung lama, kemungkinan banyak aspek lain yang akan terdampak, antara lain yaitu buruh harian lepas, UMKM, restoran dan beberapa sektor lain yang dimana didalamnya melibatkan banyak orang (Yamaliv, 2020). Disisi lain pandemi Covid-19 juga memberikan beberapa dampak positif yang mampu membuka peluang bisnis online. Selama pandemi Covid-19 berlangsung banyak para pebisnis yang diuntungkan dengan adanya pandemi ini (Rohmah, 2020).

Saat ini perkembangan bisnis online berkembang pesat. Saat ini masyarakat banyak yang menjalankan bisnis online. Perkembangan bisnis online tidak terlepas dari pesatnya teknologi digital. Pesatnya perkembangan teknologi ini menyebabkan orang berpikir secara berbeda tentang apa yang terjadi dalam hidup. Menyikapi penyeberan *virus corona* yang merebak di seluruh dunia, bisnis online menjadi pilihan masyarakat untuk mendapatkan penghasilan. Mematuhi aturan PSBB dari pemerintah agar masyarakat tetap di rumah, bisnis *online* mulai dilirik banyak orang, karena bisnis *online* bisa dilakukan dirumah dengan modal yang sedikit. Berkurangnya kesempatan kerja dan ruang gerak yang dibatasi membuat masyarakat cenderung menggunakan waktunya secara efektif dan efesien serta lebih kreatif. Realitas ini menuntut semua pihak, baik sipil maupun non-sipil, untuk berperan dalam kerjasama dengan dunia digital (Temu et

al. 2020). Pada revolusi industri sebelumnya, bisnis dan perdagangan masih dilakukan dengan cara konvensional, tetapi saat ini perdagangan antara penjual dan pembeli dapat ditransaksikan secara virtual melalui sarana elektronik. Bisnis online adalah kegiatan ekonomi yang menggunakan teknologi sebagai perantaranya (Nofriansyah et al. 2020).

Saat ini bisnis *online* sangat menjamur di Indonesia karena banyak orang berminat menjadi pembisnis. Berikut data tentang jumlah pelaku bisnis *online* di Indonesia, yaitu sebagai berikut :

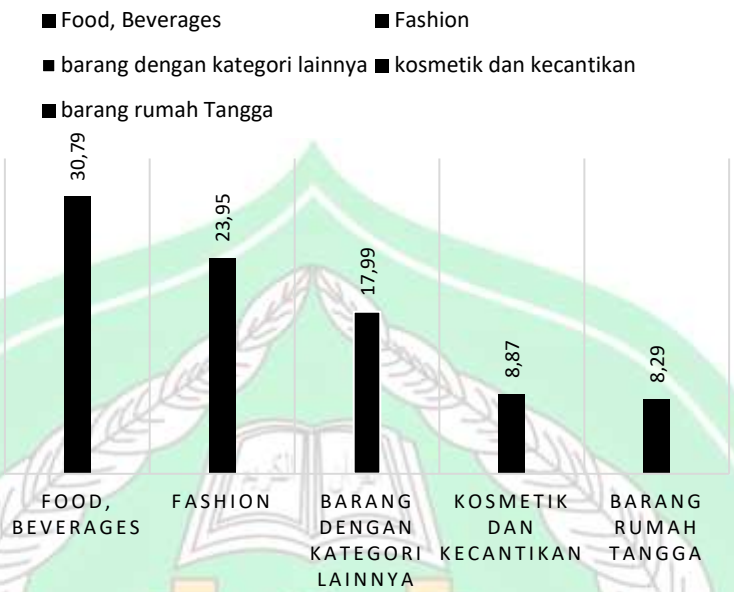
Tabel 1.1 Persentase Pelaku Bisnis *Online* di Indonesia Tahun 2019 dan 2020

PELAKU E-COMMERCE/BISNIS *ONLINE* DI INDONESIA	
Tahun 2019	95,74 %
Tahun 2020	90,18 %

Sumber : Data BPS Statistik E-commerce 2020

Menurut data BPS diatas, pelaku bisnis online di Indonesia pada tahun 2019 yang telah ikut melakukan survei sebanyak 16.277 pelaku usaha. Sedangkan, pada 2020 akibat adanya Covid-19, pendataan pelaku bisnis online pada tahun 2020 memakai kerangka sampel hasil *listing survey* pelaku bisnis online pada tahun 2019. Hasil survei menunjukkan, terdapat 15.584 pelaku usaha yang melakukan kegiatan bisnis online selama tahun 2019. Sedangkan, pada tahun 2020 terdapat 14.679 pelaku usaha yang melakukan bisnis online. Dengan adanya pandemi Covid-19 menyebabkan banyak penggantian sampel dikarenakan usaha tutup atau berganti kategori usaha. Kondisi tersebut mengakibatkan hasil pendataan tahun 2020 mengalami penurunan. Tetapi, diperkirakan di tahun 2020 para pebisnis online baru akan terus bermunculan (Badan Pusat Statistik, 2020).

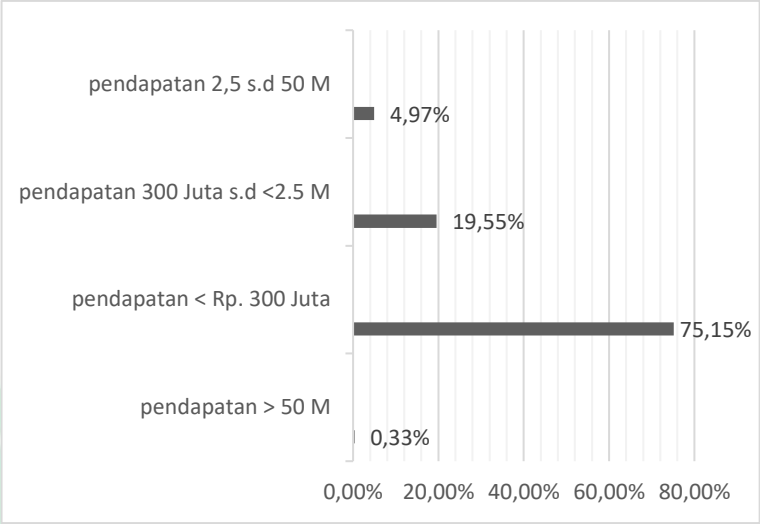
Banyak sekali barang-barang yang bisa diperjualbelikan dalam bisnis online. Berikut data tentang barang yang dijual di bisnis online, yaitu sebagai berikut :



Gambar 1.1 Persentase Barang Yang dijual di Bisnis Online

Sumber : Data BPS Statistik E-commerce 2020

Berdasarkan data BPS di atas, barang yang terjual dijual di bisnis online pada tahun 2020 yaitu paling banyak menjual makanan, minuman, dan sembako yaitu sebesar 30,95%. Di posisi kedua, barang yang paling laris adalah fashion, antara lain baju, kemeja, jaket, t-shirt, kaos kaki, sepatu, aksesoris, ikat pinggang, kacamata dan lain-lain dengan pangsa 23,95%. Di posisi ketiga adalah jenis barang jasa yang termasuk dalam kategori lain, antara lain pelayanan medis, terapi, refleksi dan lain-lain yang mencapai 17,99%. Pada urutan selanjutnya adalah kosmetik & kecantikan dengan 8,87% dan barang-barang rumah tangga seperti furnitur, peralatan dapur dan lain-lain sebesar 8,29% (Badan Pusat Statistik, 2020).



Gambar 1.2 Nilai Pendapatan Total Bisnis Online Tahun 2019-2020

Sumber : Data BPS Statistik E-commerce 2020

Menurut data BPS di atas, sebagian besar usaha bisnis online memiliki penghasilan yang sangat besar. Sebagian besar dari 75,15% pengusaha online di Indonesia berpenghasilan <300 juta Rupiah per tahun. Berikutnya adalah pengusaha online dengan penghasilan 300 juta hingga 5 miliar sebesar 19,55%, dan pengusaha online dengan penghasilan 2,5 hingga Rp 50 miliar sebesar 4,97%, dan yang terkecil adalah yang berpenghasilan di atas Rp 50 miliar sebesar 0,33% (Badan Pusat Statistik, 2020).

Melihat peluang bisnis yang besar saat ini memunculkan beberapa minat seseorang untuk terjun langsung ke dunia bisnis online. Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh (Slameto, 2010). Terdapat faktor yang mempengaruhi minat, yaitu faktor *eksternal* dan *internal*. Faktor *eksternal* adalah faktor yang berasal dari luar diri seseorang yang dapat mempengaruhinya. Contohnya yaitu lingkungan sosial, sarana dan prasarana, dan fasilitas yang digunakan. Sedangkan, faktor *internal* adalah suatu pikiran emosi dan persoalan dari dalam diri seseorang yang mempengaruhi sehingga tidak

dapat dipusatkan. Contohnya yaitu ingatan, motivasi, dan kemauan (Kristsada, 2010).

Baik faktor internal maupun faktor eksternal berperan penting dalam menumbuhkan minat. Contoh faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang adalah lingkungan sosial. Lingkungan sosial didasarkan pada opini aktivitas orang tua, saudara kandung, keluarga lain (seperti kakek, paman, bibi, anak), teman, pasangan atau suami, bisnis tercinta (Pohan, 2018).

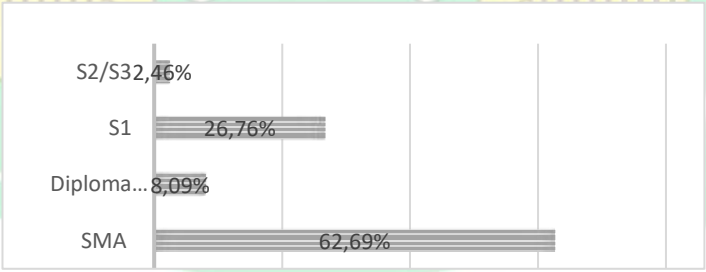
Menurut Littunen (2000) Lingkungan sosial yang ditemui oleh seseorang cenderung mampu mempengaruhi keputusan seseorang untuk menentukan sesuatu. Salah satu contoh lingkungan sosial mampu mempengaruhi seseorang yaitu menumbuhkan keinginan seseorang untuk mendirikan sebuah bisnis. Hal ini bisa terjadi dikarenakan dilingkungan sekitarnya merupakan perkumpulan orang-orang yang menyukai dunia bisnis. Hal ini menunjukan bahwa sesuatu yang dilakukan seseorang bisa menjadi *role model* bagi orang lain disekitarnya. Tidak hanya lingkungan sosial, motivasi juga berperan dalam mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Menurut (Douglas & Fitzsimmons, 2005) motivasi merupakan gejala psikologis berupa dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk secara sadar melakukan suatu tindakan untuk tujuan tertentu. Motivasi yang muncul dalam diri seseorang mendorongnya untuk mencoba sendiri secara langsung dunia bisnis. Menurut Wilson (2004) banyak sekali motivasi dari orang-orang yang tertarik untuk terjun kedunia bisnis salah satunya yaitu ingin memiliki kebebasan untuk mencapai tujuan yang diimpikan, keinginan untuk mandiri, bisa mendapatkan laba yang bisa melebihi gaji sebagai pegawai, untuk memenuhi kebutuhan hidup dan ingin menciptakan lapangan kerja yang bermanfaat.

Faktor sarana prasarana menjadi pelengkap untuk menjalankan sebuah bisnis. Sarana merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai suatu tujuan atau sasaran. Sedangkan,

prasarana merupakan segala sesuatu yang menjadi penunjang utama bagi terselenggaranya suatu proses tertentu (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2011). Untuk menyederhanakan perbedaan antara keduanya, sarana yaitu mengenai benda bergerak seperti komputer dan mesin, sedangkan prasarana yaitu mengenai benda tidak bergerak seperti bangunan, ruang, dan tanah. Menurut Linan (2005) dengan memiliki sarana prasarana yang berkualitas baik sangat penting untuk melakukan setiap kegiatan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Sulitnya mencari pekerjaan karena aktivitas ekonomi yang belum kembali normal dan diikuti dengan turunnya daya beli masyarakat akibat penurunan pendapatan, membuat setiap orang harus segera menyiapkan jiwa wirausaha yang dapat memanfaatkan peluang dan berani mengambil resiko. Menurut Alsos (2006) semangat dan jiwa wirausaha mempunyai peran yang penting dalam dunia bisnis dan ekonomi saat ini. Selain itu, pemerintah dan orang-orang intelektual menegaskan bahwa kewirausahaan sangat penting bagi kalangan mahasiswa. Jiwa dan minat wirausaha dinilai perlu dibangun sejak dini sebagai dasar agar peluang kerja yang semakin terbuka dengan iklim usaha yang penuh inovasi (Danil et al. 2021).

Berikut ini merupakan data Badan Statistik E-commerce tahun 2019-2020 berdasarkan jenjang pendidikan pemilik usaha e-comerce di Indonesia :



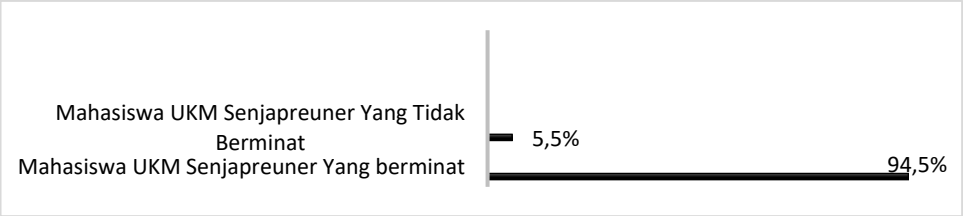
Gambar 1.3 Pendidikan Tertinggi Pemilik Usaha *E-Commerce*

Tahun 2019-2020

Sumber : Data BPS Statistik E-commerce 2020

Menurut data BPS diatas, mayoritas pendidikan pemilik usaha bisnis online adalah SMA/sederajat kebawah sebesar 62,69 %, diikuti 26,76 % berpendidikan sarjana/sederajat dan 8,09 % pemilik usaha bisnis online yang berpendidikan terakhir diploma. Sedangkan, untuk pemilik usaha bisnis online yang jenjang pendidikannya S2/S3 sebanyak 2,46 %. Jika dilihat lebih jauh, pemilik usaha bisnis online dengan pendidikan sarjana ke atas lebih sedikit yang terjun kedunia bisnis online jika dibandingkan yang berpendidikan terakhir SMA/sederajat kebawah (Badan Pusat Statistik, 2020). Data tersebut membuktikan bahwa saat ini banyak mahasiswa di Indonesia yang lebih memilih mencari lowongan pekerjaan setelah lulus kuliah daripada menciptakan lapangan pekerjaan (Peri et al. 2020).

Salah satu Perguruan tinggi di Kota Cirebon, yaitu IAIN Syekh Nurjati mempunyai Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di bidang kewirausahaan yang bernama Senjapreuner. Senjapreuner merupakan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) yang menjadi tempat atau wadah bagi para calon pengusaha muda dari kalangan mahasiswa untuk belajar bersama dan bertukar pengalaman. Kegiatan yang dilakukan oleh UKM Senjapreuner berfokus pada pengkaderan para calon pengusaha di kalangan mahasiwa. Kegiatan pengkaderan ini diharapkan mampu memunculkan jiwa dan semangat berwirausaha dikalangan mahasiwa dan diharapkan para mahasiwa yang tergabung dalam UKM Senjapreuner mampu membuka lapangan pekerjaan baru untuk masyarakat luar (Draft Mubes UKM Senjapreuner, 2021) Saat ini, UKM Senjapreuner berfokus melakukan beberapa kegiatan dengan tujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan minat berbisnis online dikalangan mahasiswa.



Gambar 1.4 Minat Mahasiswa UKM Senjapreuner Terhadap Bisnis Online

Sumber : Data Observasi

Menurut data hasil observasi diatas, mahasiswa di UKM Senjapreuner yang berminat terhadap bisnis online sebesar 94,5% dari seluruh mahasiswa mahasiswa yang ada. Sedangkan, sebesar 5,5% dari seluruh mahasiswa UKM Senjapreuner tidak berminat terhadap bisnis online. Jika dilihat mayoritas mahasiswa di UKM Senjapreuner berminat dan mempunyai antusias yang besar untuk terjun kedunia bisnis online.

Berdasarkan data BPS E-commerce menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa di Indonesia yang belum berminat untuk terjun langsung untuk berbisnis online karena pemilik bisnis online di Indonesia didominasi oleh Pendidikan SMA/Sederajat kebawah. Namun, hal tersebut berbeda dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti di UKM Senjapreuner yang menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa di UKM Senjapreuner berminat dan mempunyai antusias yang besar untuk menjalankan bisnis online. Para mahasiswa di UKM Senjapreuner mempunyai pandangan bahwa dengan berbisnis sejak kuliah adalah cara cerdas dan kreatif untuk mempersiapkan diri setelah lulus kuliah.

Berdasarkan permasalahan dan fenomena ekonomi yang telah diuraikan di atas, maka dalam penelitian ini berfokus untuk meneliti bagaimana minat berbisnis online di kalangan mahasiswa UKM Senjapreuner dan memperhatikan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul "**Pengaruh Lingkungan Sosial Sarana Prasarana Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berbisnis Online Di Masa Pandemi**

Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Unit Kegiatan Mahasiswa Senjapreuner)”.

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Terdapat beberapa peluang yang besar salah satunya yaitu peluang bisnis online yang sedang menjadi *trend* saat ini. Di era digital yang akan datang, salah satu hal yang dapat membantu membangun perekonomian dan kesejahteraan masyarakat adalah dengan cara meningkatkan jumlah pelaku bisnis online yang memiliki tekad, inovatif, dan kreativitas yang kuat. Selain itu, terdapat beberapa faktor yang mendorong seseorang untuk memulai bisnis online. Oleh karena itu, penulis akan membatasi pembahasan pada penelitian ini dengan hanya membahas beberapa faktor yang dianggap memiliki pengaruh yang signifikan diantaranya yaitu lingkungan sosial, sarana prasarana, dan motivasi.

C. BATASAN MASALAH

Untuk menghindari pembahasan masalah yang terlalu luas dalam sebuah penelitian, penulis membatasi masalah pada lingkup yang lebih sempit. Fokus penelitian ini terbatas hanya pada mahasiswa UKM Senjapreuner dan hanya akan membahas mengenai beberapa variabel yaitu lingkungan sosial, sarana prasarana dan motivasi apakah mampu mempengaruhi minat mahasiswa UKM Senjapreuner untuk mau berbisnis *online.*

D. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan masalah yang dijelaskan di atas**,** maka masalah yang diidentifikasi yaitu sebagai berikut :

a. Apakah lingkungan sosial mempengaruhi minat mahasiswa untuk berbisnis *online* ?
b. Apakah sarana prasarana mempengaruhi minat mahasiswa untuk berbisnis online ?

c. Apakah motivasi mempengaruhi minat mahasiswa untuk berbisnis *online* ?

d. Apakah lingkungan sosial, sarana prasarana, dan motivasi secara bersama-sama mempengaruhi minat mahasiswa untuk berbisnis *online*?

E. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

a. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa untuk berbisnis online

b. Untuk mengetahui pengaruh sarana prasarana terhadap minat mahasiswa untuk berbisnis online

c. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap minat mahasiswa untuk berbisnis online

d. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan sosial, sarana prasarana, dan motivasi secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa untuk berbisnis *online*

F. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

a. Aspek Teoritis

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengembangkan keunggulan kompetitif dan inovasi mahasiswa untuk mampu bersaing sehingga diharapkan para mahasiswa mau terjun langsung ke dunia bisnis *online* dan menciptakan lapangan pekerjaan.

b. Aspek Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk menumbuhkan minat mahasiswa berbisnis online dan diharapkan para mahasiswa bisa memanfaatkan sebuah peluang bisnis *online* yang terbuka lebar.

c. Aspek Akademis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu memperluas dan mempermudah wawasan sivitas akademika, termasuk dosen dan mahasiswa.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Penelitian ini disusun menjadi lima bab, yang masing-masing memiliki beberapa sub-bab. Penulis menggunakan sistematika penulisan dalam penelitian ini agar tidak melenceng dari pokok bahasan dan agar tersusun secara sistematis. Berikut sistematika dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini memaparkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi landasan teori, yang meliputi penjelasan variabel penelitian, penelitian sebelumnya yang mendukung pelaksanaan penelitian agar menjadi lebih baik, kerangka berpikir, dan pengusulan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menggambaran tentang objek penelitian yaitu mahasiswa yang tergabung dalam UKM Senjapreuner, serta pembahasan hasil penelitian berdasarkan data yang terkumpul.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini merupakan bab terakhir yang didalamnya menjelaskan kesimpulan, saran atau usulan terkait dengan pemasalahan yang diangkat oleh penulis.

IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON