

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Setiap tahun, banyak mahasiswa yang dari perguruan tinggi negeri dan swasta yang dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia. Hal ini seharusnya membawa manfaat yang signifikan bagi perekonomian Indonesia. Namun, masih banyak pengangguran di Indonesia karena dunia kerja tidak dapat menampung semua calon tenaga kerja yang ada. Pengangguran itu bukanlah hasil dari sebuah pilihan untuk tidak bekerja, melainkan akibat dari semakin sulitnya mendapatkan pekerjaan, terutama di kota-kota besar.

Kecilnya minat berwirausaha pada penduduk Indonesia sangat disayangkan. Terutama pada mahasiswa yang seharusnya lebih memahami bahwa lapangan pekerjaan tidak mungkin menyerap semua lulusan. Kewirausahaan dapat diterapkan diberbagai bidang pekerjaan dan kehidupan. Kewirausahaan juga sangat berguna untuk masa depan dan dapat menyelamatkan mahasiswa dari pengangguran ketika lulus nanti. Salah satu cara untuk mengatasi pengangguran di Indonesia adalah dengan kewirausahaan.

Untuk mencapai keberhasilan usaha, ada banyak faktor yang dapat dimaksimalkan oleh seorang wirausahawan. Keberhasilan usaha tidaklah terlepas dari adanya motivasi dari pemilik usaha untuk berusaha seoptimal

mungkin dalam mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan. Motivasi berwirausaha merupakan salah satu pendorong tumbuh dan kembangnya jiwa kompetensi wirausaha seseorang. Kesuksesan seseorang sering kali disertai dengan motivasinya yang kuat dalam menjalankan setiap usaha yang dijalankannya. Hal tersebut senada dengan teori yang ditulis oleh Fajrillah, dkk bahwa “motivasi merupakan salah satu faktor keberhasilan wirausaha dalam menyelesaikan tugasnya. Semakin besar motivasi maka semakin besar kesuksesan yang dicapai.”<sup>1</sup> Salah satu motivasi yang paling di butuhkan pelaku usaha adalah keinginannya untuk terus belajar dan menambah keterampilan. Seperti kita ketahui bersama, motivasi belajar menjadi modal awal bagi para pengusaha untuk mengembangkan bisninsnya.

Selain motivasi yang menjadi pendorong jiwa kompetensi wirausaha, ada inovasi-inovasi dalam pengembangan usaha yang juga sangat penting agar usaha yang dijalankan semakin berkembang. Berdasarkan teori yang ditulis oleh Siska, dkk dikatakan bahwa “keberhasilan usaha dipengaruhi oleh penerapan inovasi dalam kegiatan usahanya. Inovasi mendorong terjadinya efisiensi dan efektivitas dalam usaha kecil.”<sup>2</sup> Dengan adanya jiwa inovasi pada seorang pelaku usaha dapat mengubah sesuatu yang telah dimiliki seseorang menjadi lebih menarik baik dilihat dari segi bentuknya maupun dari segi rasa dan keindahannya. Dalam hal ini, inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum dari produk lama yang telah mencapai titik

---

<sup>1</sup> Fajrillah, dkk, *Smart Entrepreneurship Peluang Bisnis Kreatif dan Inovatif di Era Digital*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2022), hlm. 39

<sup>2</sup> Siska, dkk, *Manajemen Inovasi*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 19

jenuh di pasaran, diperlukan inovasi untuk mengganti produk lama tersebut. Penggantian ini dapat berupa produk pengganti yang secara total baru atau dengan perkembangan produk lama yang lebih modern dan up to date, sehingga dapat terus meningkatkan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian produk tersebut.

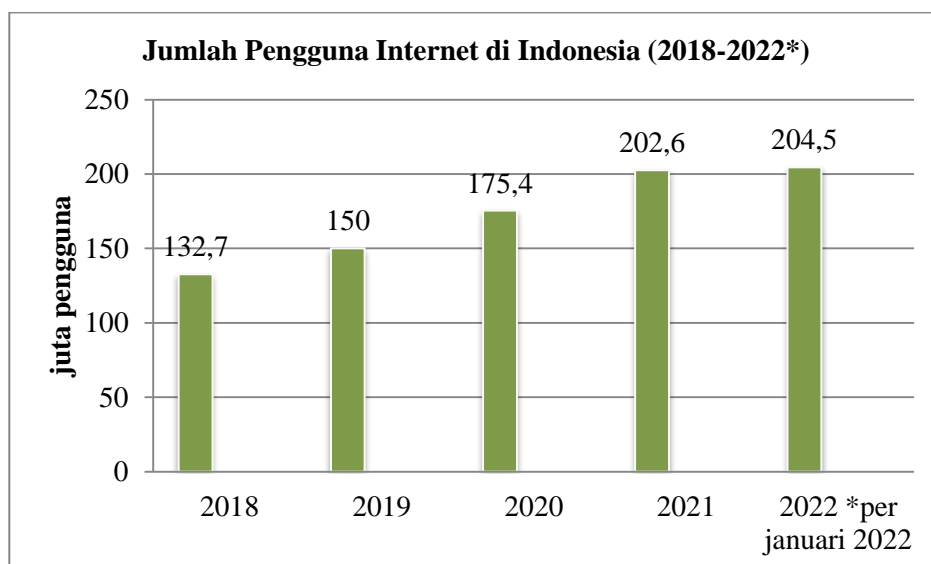
Seiring perkembangan zaman, persaingan dunia bisnis juga semakin ketat. Hal tersebut dikarenakan melakukan bisnis dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi akan menjanjikan kemudahan, efisiensi, serta peningkatan produktivitas. Adanya kemajuan teknologi sangat membantu dan memudahkan manusia dalam berbagai aspek. Kemajuan teknologi tidak dapat dihindari karena akan selalu beriringan dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Pertumbuhan internet menjadi salah satu kemajuan teknologi perpaduan antara teknologi informasi dan komunikasi yang amat luas bagi manusia. Indonesia merupakan salah satu Negara dengan masyarakat yang sudah banyak terhubung dengan internet.<sup>3</sup> Menurut data yang diperoleh dari katadata.co.id Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Menurut laporan *We Are Social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Tanah Air per Januari 2022. Jumlah itu naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta. Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna

---

<sup>3</sup> Ivonne Ayesha, dkk, *Digital marketing*, (Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022, hlm. 16

internet nasional sudah melonjak sebesar 54,25%. Sementara itu tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk pada awal 2022. Tercatat, total penduduk Indonesia berjumlah 277,7 juta orang pada Januari 2022. Pada 2018 tingkat penetrasi internet di Tanah Air baru mencapai 50% dari total penduduk. Artinya, tingkat penetrasi internet nasional sudah meningkat cukup pesat dalam beberapa tahun belakangan.

**Gambar 1.1**  
**Jumlah Pengguna Internet di Indonesia**



Sumber: *katadata.co.id* (diolah, 2023)

Dengan adanya perkembangan teknologi tersebut, strategi pemasaran online atau *digital marketing* lebih efektif untuk mempromosikan produk atau jasa para pebisnis yang memungkinkan calon konsumen atau pelanggan untuk lebih mendapatkan informasi mengenai produk atau jasa serta juga informasi transaksi melalui internet. Seperti halnya teori yang ditulis oleh Mardia, dkk dijelaskan bahwa,

“*digital marketing* menjadi salah satu strategi yang paling efektif dalam meraih keberhasilan suatu usaha jika dilihat dari fenomena saat ini dimana sistem digital menjadi salah satu hal yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan manusia modern saat ini. Mayoritas kegiatan bisnis cenderung menggunakan media online.”<sup>4</sup>

Adanya *digital marketing* memudahkan pebisnis menjangkau seluruh konsumennya dari berbagai wilayah serta pebisnis dapat memantau dan menyediakan segala kebutuhan konsumen. *Digital marketing* sendiri juga merupakan perantara antara pebisnis dan calon pelanggannya. Di satu sisi *digital marketing* sangat bermanfaat bagi konsumen, karena sangat memudahkan konsumen dalam mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan menjelajah dunia maya.

Berdasarkan uraian di atas, dan dari teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli dapat diketahui bahwa variabel motivasi (X1), inovasi (X2), dan *digital marketing* (X3) memiliki keterkaitan dalam meraih sebuah keberhasilan usaha (Y).

Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebasnya adalah motivasi (X1), inovasi (X2), dan *digital marketing* (X3), dengan variabel terikatnya adalah keberhasilan usaha (Y). Penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda dengan populasinya adalah mahasiswa aktif Prodi Ekonomi Syariah dan Manajemen Bisnis Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung angkatan tahun 2019 yang memiliki usaha.

---

<sup>4</sup> Mardia, dkk, *Bisnis dan Ekonomi Digital*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 31

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali**  
**Rahmatullah Tulungagung**

<b>Jumlah Mahasiswa yang Belum Lulus</b>					
<b>No</b>	<b>Prodi</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
1	Perbankan Syariah	332	193	135	152
2	Ekonomi Syariah	454	387	229	253
3	Akuntansi Syariah	260	257	224	146
4	Manajemen Zakat dan Wakaf	41	92	85	47
5	Manajemen Bisnis Syariah	452	359	275	253
6	Manajemen Keuangan Syariah	201	278	275	197
7	Pariwisata Syariah	-	-	49	122

*Sumber: Bagian Akademik FEBI (2023)*

Dari data diatas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa ekonomi syariah dan mahasiswa manajemen bisnis syariah di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung memiliki jumlah mahasiswa terbanyak daripada prodi lain di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dalam penelitian ini peneliti menjadikan mahasiswa prodi ekonomi syariah dan manajemen bisnis syariah angkatan tahun 2019 sebagai sampel penelitian dikarenakan menurut peneliti, mahasiswa angkatan tahun 2019 saat ini berada di semester akhir sehingga sudah mendapatkan teori-teori yang lebih mendalam. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui sejauh mana mahasiswa ekonomi syariah dan mahasiswa manajemen bisnis syariah dalam menunjukkan perilaku ekonom serta seberapa besar kesejahteraan perekonomian mahasiswa ekonomi syariah melalui usaha yang dimiliki dengan teori-teori yang sudah dipelajari di semester sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Motivasi, Inovasi, dan *Digital marketing* terhadap Keberhasilan Usaha Mahasiswa Ekonomi Syariah dan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan tahun 2019 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka perlu adanya identifikasi masalah penelitian agar penelitian yang dilakukan memiliki ruang lingkup yang lebih jelas. Berikut adalah beberapa masalah dalam penelitian yaitu:

1. Perlunya motivasi bagi seorang wirausaha dalam menghadapi persoalan-persoalan yang mungkin terjadi untuk mencapai tujuan keberhasilan usaha.
2. Perlunya inovasi untuk menemukan cara baru dalam memecahkan masalah dan menghadapi peluang untuk mencapai tujuan keberhasilan usaha.
3. Perlunya kemampuan penggunaan *digital marketing* untuk mengembangkan usaha yang dimiliki untuk mencapai tujuan keberhasilan usaha.

### **C. Rumusan Masalah**

1. Apakah motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mahasiswa ekonomi syariah dan manajemen bisnis syariah angkatan tahun 2019 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?
2. Apakah inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mahasiswa ekonomi syariah dan manajemen bisnis syariah angkatan tahun 2019 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?
3. Apakah *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mahasiswa ekonomi syariah dan manajemen bisnis syariah angkatan tahun 2019 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?
4. Apakah motivasi, inovasi, dan *digital marketing* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mahasiswa ekonomi syariah dan manajemen bisnis syariah angkatan tahun 2019 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung?

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keberhasilan usaha mahasiswa ekonomi syariah dan manajemen bisnis syariah angkatan tahun 2019 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap keberhasilan usaha mahasiswa ekonomi syariah dan manajemen bisnis syariah angkatan tahun 2019 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.



3. Untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* terhadap keberhasilan usaha mahasiswa ekonomi syariah dan manajemen bisnis syariah angkatan tahun 2019 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
4. Untuk mengetahui pengaruh motivasi, inovasi, dan *digital marketing* secara bersama-sama terhadap keberhasilan usaha mahasiswa ekonomi syariah dan manajemen bisnis syariah angkatan tahun 2019 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian yang dilakukan adalah:

1. Bagi praktisi

Pengetahuan ini dapat memberikan pengetahuan terkait pengaruh motivasi, inovasi, dan *digital marketing* terhadap keberhasilan usaha.

2. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi untuk melakukan penelitian yang sudah ada di masa yang akan datang.

#### **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak meluas, maka ruang lingkup penelitian ini hanya dibatasi pada mahasiswa ekonomi syariah dan manajemen bisnis syariah angkatan tahun 2019 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang memiliki usaha.

Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian ini bertujuan untuk menghindari pembahasan yang luas dalam penelitian ini. Penelitian ini berfokus pada masalah motivasi, inovasi, dan *digital marketing* terhadap keberhasilan usaha mahasiswa ekonomi syariah dan manajemen bisnis syariah angkatan tahun 2019 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Motivasi, inovasi, dan *digital marketing* sebagai variabel bebas (X) sedangkan keberhasilan usaha sebagai variabel terikat (Y). Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif ekonomi syariah dan manajemen bisnis syariah angkatan tahun 2019 di UIN Sayyid Ali Rahmatullah yang memiliki usaha.

## **G. Penegasan Istilah**

Pegasan istilah yang disusun oleh peneliti dalam penelitian ini adalah untuk menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran. Adapun penegasan istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Penegasan Konseptual**

#### **a. Pengertian Pengaruh**

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.<sup>5</sup>

#### **b. Motivasi**

---

<sup>5</sup> Ebta Setiawan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia versi 1.1*, (Pusat Bahasa: 2010), hlm. 163

Motivasi adalah sumber daya yang terbatas yang sangat penting. Motivasi adalah salah satu hal terpenting yang memungkinkan individu ataupun wirausaha untuk terus bergerak maju dengan tujuan dan impiannya.<sup>6</sup>

c. Inovasi

Inovasi merupakan penciptaan nilai (*creation of value*) yang melibatkan peningkatan teknologi yang mampu memberikan nilai tambah kesejahteraan, yang direpresentasikan pada layak jual (diterima pasar) atau tidaknya produk/jasa inovatif tersebut.<sup>7</sup>

d. *Digital marketing*

*Digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan berbagai media yang memungkinkan bagi perusahaan sebagai upaya membangun dan mengembangkan serta memelihara hubungan yang saling menguntungkan diantara konsumen dan produsen.<sup>8</sup>

e. Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada di dalamnya adalah untuk mencapai keberhasilan. Secara umum, keberhasilan

---

<sup>6</sup> Hendra Poltak, dll, *Kewirausahaan*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), hlm. 143

<sup>7</sup> Arman Hakim Nasution dan Hermawan Kartajaya, *Inovasi*, (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2018), hlm. 3

<sup>8</sup> Ivonne Ayesha, dkk, *Digital marketing*, (Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022, hlm. 17

menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau lebih unggul dari periode sebelumnya.<sup>9</sup>

## 2. Penegasan Operasional

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi empat, yaitu tiga variabel independent (X) dan satu variabel dependen (Y). Motivasi, Inovasi, dan *Digital marketing* merupakan variabel X sedangkan Keberhasilan Usaha merupakan variabel Y.

Motivasi yang dimaksud adalah suatu dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan menuju suatu tujuan yang ingin dicapai.

Inovasi yang dimaksud adalah suatu perubahan atau hasil eksperimen untuk menghasilkan produk atau teknik yang baru dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas produk atau menciptakan pangsa pasar yang lebih luas.

*Digital marketing* merupakan suatu teknik pemasaran yang memanfaatkan kemajuan teknologi suatu produk, dimana dengan adanya *digital marketing* ini bisa lebih efektif dan efisien dalam perluasan pangsa pasar.

Selanjutnya adalah keberhasilan usaha yang merupakan tujuan utama bagi seorang wirausahawan atau dalam suatu perusahaan yang ingin dicapai melalui berbagai tugas, usaha, dan tanggungjawab yang telah dilakukan.

---

<sup>9</sup> Ana Noor Andriana, *Peran Wirausaha dalam Pengembangan UMKM dan Desa Wisata*, (Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha, 2021), hlm. 4

## H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika penyusunan laporan model penelitian kuantitatif dapat dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu:

Bagian awal, terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

Bagian utama terdiri dari:

Bab I : Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika skripsi.

Bab II : Landasan Teori, berisi kerangka teori yang membahas variabel/ sub variabel, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

Bab III : Metode Penelitian, berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel, dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian, berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis, serta temuan penelitian.

Bab V : Pembahasan Hasil Penelitian, berisi pemaparan mengenai pembahasan hasil penelitian dengan mengaitkannya pada teori yang ada.

Bab VI : Penutup, berisi kesimpulan dan saran yang dirangkum dari bab-bab sebelumnya.

Bagian akhir, terdiri dari: (a) daftar pustaka, (b) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian skripsi, dan (d) daftar riwayat hidup.