

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, *E-Commerce* atau perdagangan elektronik telah menjadi salah satu penggerak utama dalam transformasi ekonomi global. *E-Commerce* memungkinkan individu dan perusahaan untuk berpartisipasi dalam aktivitas perdagangan secara online, mengakses pasar yang yebih luas, dan meningkatkan efisiensi dalam berbagai aspek bisnis. Perkembangan teknologi informasi yang pesat, khususnya dalam bidang *E-Commerce*, telah membuka peluang besar bagi para mahasiswa untuk terjun ke dunia usaha. Penggunaan aplikasi *E-Commerce* tidak hanya mempermudah proses jual beli tetapi juga memungkinkan mahasiswa untuk mengelola bisnis dengan lebih efektif dan efisien.

Mahasiswa, sebagai agen perubahan di tengah-tengah lingkungan pendidikan tinggi di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, memiliki potensi untuk menjadi pionir dalam mengintegrasikan inovasi teknologi dengan praktik bisnis. Mahasiswa merupakan seseorang yang mempunyai kedudukan dan hubungan dengan lembaga pendidikan tinggi seperti universitas, institute, atau akademi yang di harapkan dapat menjadi pribadi yang intelektual (Permatasari Retno et al., 2021). Dalam struktur pendidikan di Indonesia, mahasiswa menduduki jenjang satuan pendidikan tertinggi di antara yang lainnya.

Mahasiswa memiliki tanggung jawab yang lebih besar karena mereka diharapkan dapat berguna bukan untuk dirinya sendiri, melainkan juga dapat berguna untuk orang lain. Banyak mahasiswa yang memiliki motivasi menjadi wirausahawan, hal ini menunjukkan semangat untuk berkontribusi secara kreatif dan inovatif pada pertumbuhan ekonomi pribadi dan negara. Seseorang yang melakukan kegiatan wirausaha biasa disebut wirausaha. Wirausaha adalah seseorang yang kreatif dan inovatif yang mampu menghadapi risiko, menciptakan peluang, dan menjadi suatu usaha yang menghasilkan nilai dan keuntungan (Harie & Andayanti, 2020)

Kewirausahaan dapat menciptakan banyak lapangan kerja tanpa harus bergantung pada orang lain untuk mendapatkan pekerjaan sehingga dapat membantu pemerintah dalam mengurangi pengangguran melalui di bukanya lapangan pekerjaan. (Qustolani & Hernita, 2023). Terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam berwirausaha yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang timbul dari pengaruh individu itu sendiri seperti sikap, sifat-sifat personal, kemauan dan kemampuan, serta dapat memberikan kekuatan pada individu untuk menjadi seorang wirausaha. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang muncul dari luar diri individu, yang meliputi unsur dari lingkungan sekitar yakni lingkungan keluarga, lingkungan sosial ekonomi, lingkungan bisnis, dan lain-lain (Sofyan, 2019)

Minat mahasiswa untuk berwirausaha menciptakan motivasi bagi mereka untuk lebih terlibat dalam dunia bisnis. Motivasi adalah dorongan yang muncul dari dalam diri individu untuk melakukan sesuatu, termasuk untuk berwirausaha. Motivasi dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Motivasi internal merupakan motivasi yang berasal dari faktor-faktor dalam diri sendiri, seperti dorongan, keinginan untuk memperoleh informasi atau pemahaman, pendapat suatu ketrampilan tertentu, mengembangkan sikap, menikmati hidup dan lain-lain. Sedangkan motivasi ekstrinsik merupakan salah satu bentuk motivasi yang datang dari luar diri individu yang sulit untuk di kendalikan dan cepat hilang karena pengaruh ajakan orang lain (Ariyanti, 2018). Biasanya orang yang memiliki motivasi yang kuat akan di kenal atau di akui dapat dikenali sebagai orang yang sukses di dunia. Hal ini di sebabkan karena mereka tahu dengan baik apa yang memotivasi mereka dan menjaga motivasi tersebut dalam segala hal yang dilakukannya (Hommy Dorthy Ellyany Sinaga & Elisabeth Nainggolan, 2023)

Teori motivasi pertama kali dikemukakan oleh Abraham Maslow dan di kenal luas dengan sebutan teori Motivasi Hierarki Kebutuhan Maslow. Maslow berpendapat bahwa motivasi dapat dileaskan dan di prediksi dengan menggunakan hierarki kebutuhan manusia (Sari, 2018). Menurut Maslow,

kebutuhan manusia diklasifikasikan bertingkat yang sesuai dengan tingkatan pemuasannya, yaitu kebutuhan fisik, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan harga diri, dan kebutuhan aktualisasi (Sari, 2018). Menurut McClelland dalam (Samydevan et al., 2015) motivasi berwirausaha memiliki beberapa aspek diantaranya, kebutuhan afiliasi (Need for Affiliation), kebutuhan prestasi (Need for Achievement), dan kebutuhan kekuasaannya (Need For Power)

Motivasi mahasiswa untuk berwirausaha dapat berasal dari keinginan untuk memulai bisnis mereka sendiri, menciptakan sesuatu yang baru, atau meraih keberhasilan finansial, selain itu motivasi juga dapat berasal dari keinginan untuk mengatasi tantangan dan ketidakpastian yang sering terjadi dalam dunia wirausaha. Dukungan dari lingkungan sosial, seperti keluarga dan teman-teman, dapat memperkuat motivasi ini. Motivasi yang kuat mendorong mahasiswa untuk berminat menjadi wirausaha, karena motivasi ini membangkitkan semangat mereka untuk mengambil inisiatif, mengatasi tantangan, dan meraih kesuksesan dalam bisnis mereka sendiri.

Mengetahui motivasi mahasiswa dalam berwirausaha sangat penting di lakukan untuk melihat apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi motivasi mahasiswa berwirausaha dengan menggunakan aplikasi *E-Commerce*. Salah satu alasan utama mahasiswa tertarik menggunakan aplikasi *E-Commerce* adalah fleksibilitas yang ditawarkan. Aplikasi *E-Commerce* memungkinkan mereka untuk menjalankan bisnis kapan saja dan di mana saja, sehingga tidak mengganggu aktivitas akademik mereka. Fleksibilitas ini sangat penting bagi mahasiswa yang memiliki jadwal yang padat dan tanggung jawab akademik yang tinggi. Selain itu, penggunaan aplikasi *E-Commerce* juga mengurangi biaya operasional, karena mereka tidak perlu menyewa tempat fisik untuk berjualan. Namun, motivasi berwirausaha bukan hanya soal fleksibilitas dan biaya rendah. Bagi banyak mahasiswa, berwirausaha adalah cara untuk mengejar passion mereka. Passion tersebut bisa terlihat dari ketertarikan mereka pada hobinya dan juga ketertarikan

kerana jurusan dari kuliahnya seperti psikologi dengan peminatan PIO (Psikologi Industri dan Organisasi).

Menurut Muchinsky yang dikutip oleh Marliani (2015), psikologi industri dan organisasi merupakan studi tentang hubungan antara manusia dan dunia kerja, mencakup penelitian mengenai tujuan individu bekerja, orang-orang yang ditemuinya, dan pekerjaan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhannya. Psikologi industri dan organisasi adalah penerapan sederhana atau pendalaman dari fakta dan prinsip psikologis yang berkaitan dengan manusia dalam konteks bisnis dan industry. Jadi dapat disimpulkan Psikologi Industri dan Organisasi (PIO) merupakan suatu peminatan dalam psikologi yang bertujuan untuk meningkatkan atau membuat minat mahasiswa untuk berwirausaha atau terlibat dengan organisasi perusahaan atau instansi. Misalnya, mahasiswa yang memiliki minat dalam fashion dapat membuka toko online untuk menjual produk fashion yang mereka desain sendiri. Dengan demikian, aplikasi *E-Commerce* tidak hanya menjadi alat untuk mencari keuntungan finansial, tetapi juga platform untuk mengekspresikan kreativitas dan passion.

*E-Commerce* adalah suatu kegiatan membeli atau menjual secara elektronik yang dilakukan pada jaringan internet. *E-Commerce* terlihat lebih nyata, dengan adanya kebutuhan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi (Hermiati et al., 2021). Transaksi *E-Commerce* yang dilakukan meliputi transaksi moneter, pertukaran data elektronik, sistem manajemen dan pengumpulan data yang terproses secara otomatis (Hommy Dorthy Ellyany Sinaga & Elisabeth Nainggolan, 2023).

Menurut data Similar Web (<https://ln.run/nKeh7>), 5 situs *E-Commerce* kategori marketplace dengan pengunjung terbanyak di Indonesia kuartal II 2023 adalah Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak. Adapun dari 5 situs tersebut, pertumbuhan pengunjung hanya terjadi di situs Shopee dan Blibli, sedangkan para pesaingnya cenderung melemah. Situs Shopee tercatat meraih rata-rata 241,6 juta kunjungan per bulan sepanjang kuartal III 2023.

Capaian ini melesat sekitar 11,5% dibanding rata-rata kunjungan pada kuartal II 2023 (*quarter-on-quarter/qoq*).

Pada periode sama, rata-rata kunjungan ke situs Blibli naik 11% (qoq), sedangkan Tokopedia turun 0,1% (qoq), Lazada anjlok 15,5% (qoq), dan Bukalapak merosot 18,6% (qoq). Adapun menurut Katadata Insight Center (KIC), sebagian besar masyarakat Indonesia memang belum aktif menggunakan layanan *E-Commerce*. Dalam laporan riset *Beyond the Digital Frontier*, KIC memperkirakan proporsi pengguna aktif *E-Commerce* di dalam negeri hanya 33,4% dari total penduduk. Kemudian 17% penduduk termasuk *occasional user*, yakni menggunakan *E-Commerce* tapi intensitasnya jarang, dan mayoritas atau 49,6% penduduk sisanya adalah non-pengguna *E-Commerce*. Kelompok non-pengguna itu adalah gabungan dari penduduk Indonesia yang tidak memiliki akses internet, ditambah penduduk yang punya akses internet tapi tidak tahu, tidak menginstal aplikasi, dan tidak menggunakan *E-Commerce*.

*E-Commerce* memberikan manfaat bagi mahasiswa yang berwirausaha. Hal ini memungkinkan akses pasar yang lebih luas, efisiensi operasional, kemampuan promosi, serta peluang untuk memulai bisnis dengan modal terbatas. Dengan memanfaatkan *E-Commerce*, mahasiswa dapat meraih pengalaman kewirausahaan yang berharga, meningkatkan pengetahuan mereka, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan global. Fakta ini relevan dengan mahasiswa UIN SATU Tulungagung yang telah memanfaatkan aplikasi *E-Commerce* untuk mengembangkan bisnis mereka.

Mahasiswa UIN SATU Tulungagung yang berwirausaha melalui aplikasi *E-Commerce* telah menunjukkan kemampuan untuk mengakses pasar yang lebih luas dibandingkan dengan metode tradisional. Dengan menggunakan platform digital, mereka dapat menjangkau konsumen dari berbagai daerah, bahkan internasional, yang sebelumnya tidak dapat dicapai. Ini memberikan peluang bagi mereka untuk memperluas basis pelanggan dan meningkatkan pendapatan. Dengan memanfaatkan *E-Commerce*, mahasiswa UIN SATU Tulungagung juga dapat meraih pengalaman kewirausahaan yang

berharga. Mereka belajar mengelola bisnis, berinteraksi dengan pelanggan, dan mengatasi berbagai tantangan yang muncul dalam perjalanan kewirausahaan. Pengalaman ini tidak hanya memperkaya pengetahuan dan keterampilan mereka, tetapi juga mempersiapkan mereka untuk menghadapi dunia kerja di masa depan.

Hasil penelitian yang di lakukan oleh (Safitri, 2014) menunjukkan bahwa Motivasi mahasiswa berwirausaha tergolong kuat, terdapat perbedaan motivasi mahasiswa berwirausaha berdasarkan fakultas, selain itu juga terdapat perbedaan motivasi mahasiswa berdasarkan pekerjaan orang tua dan tidak terdapat perbedaan motivasi mahasiswa berdasarkan pernah/tidak mengikuti kuliah kewirausahaan.

Berdasarkan pengamatan yang telah peneliti lakukan pada mahasiswa UIN SATU Tulungagung fenomena mahasiswa yang berkuliah sambil berwirausaha secara *online* baik mengiklankan produknya di media sosial atau melalui Whatsapp sudah banyak. Selain itu peneliti juga menemukan beberapa mahasiswa yang berwirausaha melalui aplikasi *E-Commerce*. Fenomena ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki motivasi yang tinggi untuk terlibat dalam dunia wirausaha secara *online*. Karena itulah peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor apa sajakah yang memotivasi berwirausaha pada mahasiswa UIN SATU Tulungagung yang menggunakan aplikasi *E-Commerce*

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Penelitian akan mengidentifikasi motivasi mahasiswa dalam menggunakan aplikasi *E-Commerce* untuk berwirausaha, apakah motivasi tersebut didorong oleh keinginan untuk mandiri secara finansial, mencari pengalaman baru, atau faktor motivasi lainnya.
2. Penelitian ini juga akan mengidentifikasi permasalahan atau hambatan apa yang dihadapi oleh mahasiswa UIN SATU Tulungagung dalam berwirausaha menggunakan aplikasi *E-Commerce*, baik itu tantangan

teknis maupun non-teknis, seperti persaingan pasar, keterbatasan modal atau permasalahan lainnya.

### **1.3. Rumusan Masalah**

1. **Apa saja** faktor-faktor yang dapat memotivasi mahasiswa UIN SATU Tulungagung dalam berwirausaha dengan menggunakan aplikasi *E-Commerce* ?
2. Apakah terdapat hambatan atau kesulitan yang di hadapi mahasiswa UIN SATU Tulungagung dalam berwirausaha dengan menggunakan aplikasi *E-Commerce*

### **1.4. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat memotivasi mahasiswa UIN SATU Tulungagung dalam berwirausaha dengan menggunakan aplikasi *E-Commerce*
2. Untuk mengetahui hambatan atau kesulitan yang di hadapi mahasiswa UIN SATU Tulungagung dalam berwirausaha dengan menggunakan aplikasi *E-Commerce*

### **1.5. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan manfaat teoritis untuk memahami lebih dalam faktor-faktor yang memotivasi mahasiswa dalam menggunakan aplikasi *E-Commerce* untuk berwirausaha. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting bagi pengembangan teori mengenai motivasi terkait penggunaan aplikasi *E-Commerce* oleh mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini dapat membuka jalan bagi penelitian-penelitian selanjutnya di bidang yang sama atau terkait.

#### 2. Manfaat Praktis

- 1) Sebagai referensi pengembangan aplikasi *E-Commerce* :

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi pengembang aplikasi *E-Commerce* untuk meningkatkan kualitas dan fitur-fitur yang ditawarkan kepada pengguna khususnya mahasiswa UIN SATU Tulungagung yang berwirausaha atau ingin berwirausaha.

2) Sebagai pedoman bagi mahasiswa yang berwirausaha :

Bagi mahasiswa yang berwirausaha dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai pedoman untuk mengoptimalkan penggunaan aplikasi *E-Commerce* dalam menjalankan usahanya. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan motivasi, mereka dapat mengambil langkah yang lebih efektif untuk mengembangkan usahanya.

3) Sebagai bahan pembelajaran di perguruan tinggi:

4) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran dalam mengembangkan program-program yang dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan mahasiswa dalam berwirausaha menggunakan aplikasi *E-Commerce* khususnya di perguruan tinggi UIN SATU Tulungagung